

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
NÚCLEO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - NUCSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA

Iluska Lobo Braga

**BALANÇO SOCIOAMBIENTAL NA PERSPECTIVA DOS *STAKEHOLDERS* COM
FOCO NA SUSTENTABILIDADE.**

PORTO VELHO

2015

Iluska Lobo Braga

**BALANÇO SOCIOAMBIENTAL NA PERSPECTIVA DOS *STAKEHOLDERS* COM
FOCO NA SUSTENTABILIDADE.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Gleimiria Batista da Costa

Co-orientadora: Prof. Dra. Joliza Chagas Fernandes

PORTO VELHO

2015

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Luzimar Barbosa
Chaves CRB / 11-338, com os dados fornecidos pelo autor

B794b

Braga, Iluska Lobo

Balanço socioambiental na perspectiva dos stakeholders com
foco na estratégia da inovação e sustentabilidade / Iluska Lobo
Braga: orientadora Gleimíria Batista da Costa; co-orientadora
Joliza das Chagas Fernandes – Porto Velho, 2015
111 f : il.

Dissertação (mestrado – em Administração) - Fundação
Universidade Federal de Rondônia, 2015.

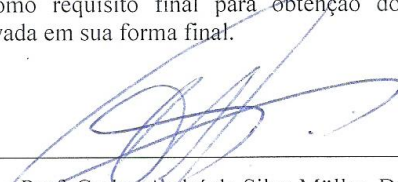
1. Sustentabilidade 2. Stakeholders 3. Responsabilidade
Corporativa I. Costa, Gleimíria Batista da, orient. II. Fernandes,
Joliza das Chagas, co-orient. III. Título

CDU 658.5

Iluska Lobo Braga

**Balanço Socioambiental na Perspectiva dos *Stakeholders* Com Foco
Sustentabilidade.**

Dissertação apresentada em 20 de outubro de 2015 ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Administração (PPGMAD) da Fundação Universidade Federal de Rondônia (UNIR) como requisito final para obtenção do Título de **Mestre** em Administração e aprovada em sua forma final.

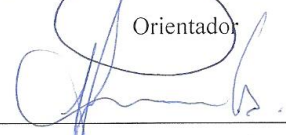


Prof. Carlos André da Silva Müller, Dr.
Coordenador do PPGMAD/UNIR

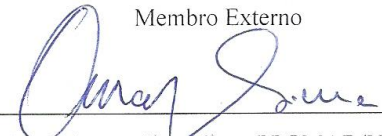
Comissão Examinadora



Prof. Gleimíria Batista da Costa, Dra. - PPGMAD/UNIR
Orientador



Prof. Joliza das Chagas Fernandes, Dra.
Membro Externo



Prof. Osmar Siena, Dr. - PPGMAD/UNIR
Membro

PORTO VELHO

2015

AGRADECIMENTO

**Eu gostaria de agradecer como os poetas
que sabem mergulhar no sentir universal.**

**Sou apenas um aprendiz que se encanta
com cada olhar, frase, toque, som,
pensamento, apoio, orientação,
ensinamento....**

**Agradeço a todos os seres espirituais e
terrenos que encontro e num instante
desencontro.**

**A memória da minha madrinha de crisma
Maria das Graças de Moraes Nogueira.**

BRAGA, Iluska Lobo. **Balanco Socioambiental na Perspectiva dos Stakeholders com Foco Sustentabilidade**. 2015. 111f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Universidade de Rondônia, Porto Velho, 2015.

RESUMO

As pessoas compreendem a necessidade de mudança das ações humanas e as organizações devem se adaptar a leis ambientais rígidas e ao nicho crescente de clientes detentores de consciência ambiental, situados em comunidade conectadas em redes sociais que avaliam *on line* a conduta empresarial. A questão nesta pesquisa foi investigar qual a visão dos atores sociais sobre a Gestão com Responsabilidade Social nas empresas, baseados nas informações evidenciadas no respectivo Balanço Socioambiental publicado tendo como objetivo levantar a funcionalidade do Balanço Socioambiental para os *stakeholders* de empresas tipo Sociedade Anônima (S.A) situadas em Porto Velho, Amazônia, Brasil. Os objetivos específicos são identificar os principais elementos de sustentabilidade divulgados nos Balanços Socioambiental das empresas S.A, capital aberto, situadas em Porto Velho; levantar as preferências informacionais do Balanço Socioambiental em face da percepção dos *stakeholders* consultados; analisar as prevalências por tipo de *stakeholders* com base nas informações clivadas na pesquisa. Para o preparo foi adotado a Teoria de *Stakeholders* referente à estratégia e sustentabilidade que se baseia na Teoria das Firmas envolvendo a relação empresarial com o ambiente externo e a Teoria da Divulgação que propõem elementos exógenos, endógenos e ad antes vinculados a divulgação de informação pelas empresas. Nesta pesquisa foi adotado o Método de Análise de Conteúdo; os procedimentos aplicados seguem por etapas de pré-análise (a); codificação (b) e tratamento dos resultados (c). Em linhas gerais essa é uma pesquisa qualitativa, natureza funcionalista, que utilizou o Método de Análise de Conteúdo de modo a compreender os Balanços Socioambientais das empresas situadas na cidade de Porto Velho e elencar os principais indicadores de sustentabilidade normatizados. Com esse dado efetivou uma pesquisa de campo junto aos *Stakeholders* para identificar suas preferencias informacionais e utilizando da técnica de triangulação estabelecer uma análise aprofundada das publicações efetivada pelas organizações do tipo Sociedade Anônima de capital aberto frente as preferencias informacionais dos *stakeholders*. Os resultados identificam que as empresas ainda não utilizam os Balanços socioambientais divulgados como uma oportunidade de *shared value*. Não é possível identificar os benefícios significativos da atuação dessas instituições nas dimensões do *triple bottom line*, assim como a confluência destas ações para uma perspectiva valiosa de seus negócios. Outrossim, percebe-se claramente que os elementos exógenos que norteiam a Teoria da Divulgação são buscados pelas organizações e são percebidos pelos *stakeholders*, neste sentido constata-se que a responsabilidade social corporativa ainda é um processo incipiente.

Palavras Chaves: Sustentabilidade. Divulgação. *Stakeholders*. Responsabilidade Corporativa. Amazônia.

BRAGA, Iluska Lobo. **Balanco Socioambiental na Perspectiva dos Stakeholders com Foco Sustentabilidade**. 2015. 111f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Universidade de Rondônia, Porto Velho, 2015.

ABSTRACT

People understand the need for change of human actions and organizations must adapt to stringent environmental laws and the growing niche of clients with environmental awareness, situated in community connected on social networks that evaluate online business conduct. The question in this research was to investigate what is the sense of social actors about the management with social responsibility in companies, based on information evidenced in its Environmental Balance published aiming to raise the functionality of the Social and Environmental Balance for stakeholder Sociedad Anónima type companies (SA) located in Porto Velho, Amazon, Brazil. The specific objectives are to identify key sustainability elements disclosed in the Social and Environmental Balance of SA companies, publicly traded, located in Porto Velho; raise the informational preferences Environmental Balance in view of the perception of the consulted stakeholders; analyze the prevalence by type of stakeholders based on information cleaved in the survey. For the preparation was adopted the Stakeholder Theory regarding the strategy and sustainability that is based on the Theory of firms involving the business relationship with the external environment and the Theory of Disclosure proposing exogenous, endogenous elements and ad before linked to disclosure of information by companies . This research adopted the content analysis method; follow the procedures applied in stages of pre-analysis (a); encoding (b) and treatment results of (c). Generally speaking this is a qualitative research, functionalist nature, which used the Content Analysis Method in order to understand the Social and Environmental Balance sheets of companies located in the city of Porto Velho and list the main indicators of standardized sustainability. With this data effected one to field research with stakeholders to identify their informational and preferences using the triangulation technique to establish an in-depth analysis of the publications effected by the corporation type of organizations publicly traded forward the informational preferences of stakeholders. The results identify that companies not yet using social and environmental balances disclosed as an opportunity for shared value. Can not identify the significant benefits of the activities of these institutions in the triple bottom line dimensions, as well as the confluence of these actions for a valuable perspective of their business. Furthermore, it clearly realizes that the exogenous factors that guide the placement of the theory are sought by organizations and are perceived by stakeholders in this sense it appears that corporate social responsibility is still an incipient process.

Keywords: Sustainability. Disclosure. Stakeholders. Corporate Responsibility. Amazon.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Relações de influencia entre a organização e seus stakeholders.....	26
Figura 2: IDH do Estado de Rondônia	34
Figura 3: Diagrama do Método de Análise de Conteúdo aplicado	33
Figura 4: Localização geográfica das Empresas S.A conforme JUCER.....	36
Figura 5: Escala da influência do Stakeholders.....	41
Figura 6: Escala da Influencia da Organização	41
Figura 7: Escala de classificação dos Stakeholders conforme Mainardes.....	41
Figura 8: Localização geográfica das Empresas S.A zona Urbana de Porto Velho conforme JUCER.....	46
Figura 9: Forma de divulgação dos Balanços Socioambientais das empresas localizadas em Porto Velho	47
Figura 10: Total de pessoas pesquisadas	75
Figura 11: Localização geográfica dos respondentes	75
Figura 12: Respondente por faixa etária segundo o percentual por gênero.....	76
Figura 13: Percentual de respondentes por gênero	77
Figura 14: Proporção de Stakeholders que consultam o Balanço Socioambiental.....	77
Figura 15: Total de Stakeholders consultados por auto-classificação	78
Figura 16: Stakeholders consultados por conforme o grau de influencia.....	79
Figura 17: Posição média Stakeholders na escala de grau de influencia.....	80
Figura 18: Preferencia Stakeholders da Dimensão Econômica.....	82
Figura 19: Preferencia Stakeholders da Dimensão Social: Funcionários.....	82
Figura 20: Preferencia Stakeholders da Dimensão Social: Ambiente Externo	83
Figura 21: Preferencia Stakeholders da Dimensão Social: Clientes	83
Figura 22: Preferencia Stakeholders da Dimensão Ambiental	84
Figura 23: Percepção Stakeholders quanto a Divulgação por Associação, elementos exógenos	85
Figura 24: Percepção Stakeholders quanto a Divulgação por Julgamento, elementos endógenos	86
Figura 25: Percepção Stakeholders quanto a Divulgação por Eficiência.....	87
Figura 26: Percentual da destinação da Riqueza Gerada conforme proposta do DVA..	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Descritores das dimensões da Teoria da Divulgação	18
Quadro 2 Descritores dos Vértices do Balanço Socioambiental	19
Quadro 3 Segmentação por Dimensão de Sustentabilidade da Informação da NBC T-15	20
Quadro 4: Conceitos Stakeholders	26
Quadro 5: Elementos da Clivagem Social dos Stakeholders	27
Quadro 6: Elementos da Responsabilidade Social Corporativa	29
Quadro 7: visões das ações empresariais.....	30
Quadro 8: Produto Interno Bruto ¹	34
Quadro 9: Escopo de Pesquisa	37
Quadro 10: Etapas da escolha do Documento.....	39
Quadro 11: Procedimentos por etapas da tarefa análise do Balanço Socioambiental	40
Quadro 12: Definição do stakeholders segundo Mainardes	41
Quadro 13: Procedimentos por etapas da tarefa Pesquisa com Stakeholders.....	43
Quadro 14: Procedimentos por etapas da tarefa triangulação entre os objetivos	44
Quadro 15: Forma de divulgação das Empresas S/A localizadas em Porto Velho	46
Quadro 16: Empresa que registram a atuação em Rondônia	48
Quadro 17: Empresa que registram a atuação na Amazônia.....	49
Quadro 18: Resumo do Demonstrativo do Valor Adicionado (DVA) estabelecendo o percentual sobre a receita.....	50
Quadro 19: Resumo em percentual da distribuição da riqueza conforme Demonstrativo do Valor Adicionado.....	51
Quadro 20: Dimensão Social Remuneração Bruta	53
Quadro 21: Dimensão Social - Principal gastos com Recursos Humanos realizados pelas entidades	54
Quadro 22: Dimensão Social - gasto com Recursos Humanos apenas divulgados pelas empresas que informam o Balanço Social.....	55
Quadro 23: Relação entre do menor salário pago pelas entidades e o salário mínimo ..	56
Quadro 24: Partição nos Lucros ou Resultados dos funcionários	57
Quadro 25: Composição geral do quadro funcional.....	58
Quadro 26: Composição por gênero e etnia	59
Quadro 27: Faixa Etária conforme diretrizes NBC-T15	60
Quadro 28: Faixa Etária conforme diretrizes GRI.....	60
Quadro 29: Grau de escolaridade do Corpo Funcional.	61
Quadro 30: Inventários dos processos trabalhistas.....	61
Quadro 31: Valor de indenização dos processos trabalhista e contingenciais.	62
Quadro 32: Indicador de Saúde e Segurança no Trabalho – diretriz GRI.....	63
Quadro 33: Indicadores GRI dimensão social	64
Quadro 34: Indicadores Clima Organizacional	65
Quadro 35: Indicador de investimentos realizados conforme NBCT15.....	66
Quadro 36: Indicador de investimentos realizados conforme GRI	67
Quadro 37: Indicador de interação com os clientes.....	68
Quadro 38: Indicador de gastos da interação com os clientes	69
Quadro 39: Indicador de gastos da interação com os clientes propostos pelo GRI.....	70
Quadro 40: Outros Indicadores do ambiente externos propostos pelo GRI.....	71
Quadro 41: dimensão ambiental investimentos realizados.....	72

Quadro 42: dimensão ambiental: multas e indenizações.....	73
Quadro 43: auto-classificação dos Stakeholders versus classificação por grau de influência	81
Quadro 44: Comparativo entre informação DVA e BSA na Dimensão Social: Funcionários	89
Quadro 45: Análise dos investimento em Educação.	90
Quadro 46: Dimensão Social: Imposto e Incentivo Governo.....	91
Quadro 47: Temas relevantes conforme matriz de materialidade da metodologia GRI G4	92
Quadro 48: Consumo de energia conforme relatórios baseado pela diretriz da GRI G494	
Quadro 49: Reconhecimento da sociedade quanto a atuação das empresas	96

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 REFERENCIAL TEORICO.....	16
2.1 Teoria da Divulgação	16
2.2 Conceitos relativos à Relatório Socioambiental.....	18
2.2.1 Conceitos oriundos do Conselho Federal Contabilidade - CFC	20
2.2.2 Conceitos obtidos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC.....	21
2.2.3 Conceitos obtidos a partir do Global Reporting Initiative – GRI	23
2.2.4 Conceitos concernentes à International Organization for Standardization - ISO	24
2.3 Conceitos da Teoria <i>Stakeholders</i> para a estratégia e sustentabilidade.....	25
2.4. Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e o Desenvolvimento Sustentável	28
3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	31
3.1 Método.....	32
3.2 Aspectos gerais do Estado de Rondônia e da Cidade de Porto Velho	33
3.3 Procedimentos	36
3.3.1 Técnica de Análise de Conteúdo.....	38
3.3.2 Técnica Estudo de Campo.....	40
3.3.3 Técnica da Triangulação	43
4 RESULTADOS	45
4.1 Os principais elementos de sustentabilidade divulgada nos Balanços Socioambientais das empresas de Sociedade Anônima, capital aberto, situadas em Porto Velho, Rondônia, Amazônia, Brasil.....	45
4.1.1 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Econômica	50
4.1.2 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Social	52
4.1.3 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Ambiental	71
4.2 Balanço Socioambiental na percepção dos <i>stakeholder</i>	74
4.2.1 Perfil dos Stakeholders.....	74
4.2.2 Preferencias Informacionais nas dimensões do triple bottom line.....	81
4.2.3 Dimensão da Divulgação na percepção do stakeholders	85
4.3 Prevalências Informacionais dos Balanços Socioambientais	87
4.3.1 Dimensão Econômica	88
4.3.2 Dimensão Ambiental.....	92
4.3.3 Dimensão Social	95
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	100
APÊNDICE	104

1 INTRODUÇÃO

Discutir sustentabilidade conduz ao conceito de desenvolvimento sustentável. O mais utilizado é atender as necessidades da presente geração sem comprometer a capacidade das gerações futuras. Esse conceito nos reporta as empresas como entes econômicos provedores de necessidades humanas por meio de beneficiamento de recursos naturais. Maia & Pires (2011) estabelecem que as empresas estão no micronível da discussão, e que apesar existirem várias dimensões para avaliar a sustentabilidade a base está composta por três dimensões, também chamadas *triple bottom line*, que são as dimensões econômicas, sociais e ambientais.

As organizações são um ícone do capitalismo, principalmente, suas benéncias trazidas para o crescimento econômico da humanidade, assim como as facilidades de acesso tecnológico e a produtos de consumo. Contudo, essas facilidades também conferem a esse ícone as mazelas ambientais e sociais vivenciadas na atualidade. Essa dicotomia discutida no desenvolvimento sustentável estabelece a reflexão do crescimento econômico que temos e o desenvolvimento que queremos.

Os estudos nos temas de Balanço Socioambiental e Responsabilidade Social Corporativa registram que as mudanças ocorridas nas empresas na direção do desenvolvimento sustentável são resultado da atuação dos *stakeholders*, ou seja, clientes, consumidores, fornecedores, comunidade, colaboradores, enfim pessoas que são afetadas pelas ações das organizações e/ou que as afetam. Essas mudanças desafiam as organizações a novas posturas e processos adaptativos que possam garantir a continuidade dos seus negócios economicamente, mas tem impulsionado um processo de inovação interno, na revisão de processos, custos, produtos; e externo na gestão de fatores ambientais, sociais e da comunidade em geral. Dessa forma, as organizações estão estabelecendo estratégias que contemplem as novas exigências do mercado, e principalmente, estão se adaptando as novas regulamentações governamentais.

Uma das estratégias é a publicação de Relatórios Socioambientais, onde apresentam a responsabilidade social corporativa que estão praticando. Esse instrumento de divulgação é voluntário, e de acordo com Tinoco (2010) é composto de cinco

demonstrativos: Balanço Ambiental, Demonstração do Valor Adicionado, Balanço de Pessoas, Responsabilidade Social e Pública e Atividades Realizadas.

Ocorre que, no Brasil, a Demonstração do Valor Adicionado tem sua publicação obrigatória para as empresas constituídas como Sociedade Anônima de capital aberto; as demais empresas que desejam publicar os seus Relatórios Socioambientais de forma voluntária podem fazer. Para tanto, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) estabeleceu diretrizes por meio da Norma Brasileira de Contabilidade NBC T-15, aprovada através da Resolução do - CFC nº 1.003, de 19 de Agosto 2004.

A NBC-T-15 versa sobre informações de natureza social e ambiental, abrangendo principalmente a demonstração referente à participação e responsabilidade social da entidade. As informações a serem divulgadas estão centradas na geração e distribuição de riqueza; traz dados relativos aos recursos humanos, como a expressão monetária de gastos relacionados a quantidade de empregados, autônomos, terceirizados e administradores beneficiados, dados relativos ao evidenciamento das admissões e demissões inclusive de estagiários e outros dados afins. Esta norma específica envolve ainda detalhes julgados relevantes extraídos de fontes não contábeis que, entretanto, evidenciam critérios e controles significativos para integridade informacional.

A Ciência Contábil tem se configurado como um elemento de serviço para controle das organizações empresariais, além de servir também para evidenciar o desempenho das gestões empresariais e acompanhamento dos *stakeholders*. Os administradores e contabilistas utilizam do demonstrativo Balanço Socioambiental como resposta ao anseio gerador, assim como, documento de comunicação das ações e estratégias implantadas pelas empresas. O fato é que essas publicações vêm crescendo e esse trabalho se propõe em levantar a prevalência informacional dos *stakeholders* nos elementos a serem capturados dos Relatórios Socioambientais.

A questão mobilizadora dessa pesquisa: é qual a visão dos *stakeholders* sobre a Gestão com Responsabilidade Social das empresas, considerando as informações evidenciadas no respectivo Balanço Socioambiental publicado.

Este trabalho propõe como objetivo geral Estudar a funcionalidade do Balanço Socioambiental para os *stakeholders* de empresas tipo Sociedade Anônima (S.A) situadas em Porto Velho, Amazônia, Brasil; tendo três objetivos específicos: Identificar os principais elementos de sustentabilidade divulgados nos Balanços Socioambiental das empresas S.A, capital aberto, situadas em Porto Velho (1); Levantar as preferências

informacionais do Balanço Socioambiental em face da percepção dos *stakeholders* consultados (2); Analisar as prevalências por tipo de *stakeholders* com base nas informações clivadas na pesquisa (3).

O Balanço Socioambiental, segundo Tinoco (2010) é um instrumento que evidencia de forma transparente informações de desempenho das entidades de cunho contábil, econômico, ambiental e social, dimensões do *triple bottom line*, na busca do desenvolvimento sustentável. Para Tinoco, Relatório de Sustentabilidade e Balanço Socioambiental são similares. Esta pesquisa se justifica por ser esse instrumento uma ferramenta para a sociedade, pois nele são registradas as ações que as empresas realizam nessas dimensões. Assim como o Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) tem como área de concentração Gestão e Sustentabilidade, e o Programa focaliza como gestão o fenômeno econômico, político, social e ambiental influenciado por fatores internos e externos ao ambiente. Os gestores têm como desafio articular informações que permitam promover ações estratégicas decisórias, espacial e ambiental que integram os recursos nas organizações. Nesse contexto, a pesquisa visa subsidiar a gestão estratégica na perspectiva Socioambiental pro-inovação, apresentando a visão dos *stakeholders*.

Além dessa introdução a pesquisa foi dividida em três etapas. Na primeira etapa contem o referencial teórico, na segunda etapa a metodologia e na terceira etapa os resultados da pesquisa.

A primeira etapa é composta de cinco capítulos. Inicia com a Teoria da Divulgação que se discorre os motivos endógenos e exógenos da divulgação, e com isso estabelecer uma compreensão dos possíveis processos de divulgação estabelecidos para o Balanço Socioambiental; no segundo capítulo são apresentadas as principais normas utilizadas pelas empresas para conduzir as diretrizes das publicações realizadas; no terceiro capítulo é abordada a Teoria dos *stakeholders* e a sua importância para as organizações estabelecerem estratégias de sustentabilidade; por fim, no quarto capítulo discutem-se os estudos sobre responsabilidade social corporativa e as possíveis relações com as estratégias das organizações estabelecendo a relação dessa atitude organizacional e o desenvolvimento sustentável.

A segunda etapa da pesquisa foi subdividida em dois capítulos: metodologia e procedimento. No primeiro capítulo foram apresentados os pressupostos metodológicos que nortearam essa pesquisa e no segundo capítulo os procedimentos utilizados de

forma que essa pesquisa possa ser replicada por outros pesquisadores ou ampliado o seu escopo.

A última etapa contempla os resultados da pesquisa efetivadas, distribuídos em três capítulos. No capítulo primeiro os resultados referem-se a análise de conteúdo realizada nos Balanço Socioambientais publicados subdividindo-os por dimensões do *triple bottom line*. O capítulo segundo é tratado o resultado da pesquisa de campo sobre as preferencias informacionais do Balanço Socioambiental dos *stakeholders* e o grau de concordância desses sobre os elementos endógenos e exógenos da Teoria da Divulgação, sendo que o primeiro sub-tópico desse capítulo é apresentado o perfil dos respondentes dessa pesquisa. O terceiro e último capítulo é estabelecido um confronto entre as prevalências informacionais das organizações e os *stakeholders* apontando o cenário atual de responsabilidade social corporativo das entidades estudadas. Por fim, são apresentadas as considerações finais e o referencial bibliográfico utilizado.

2 REFERENCIAL TEORICO

Para Kerlinger (1910) o propósito da ciência é a teoria, pois ela é uma exposição sistemática das relações entre um conjunto de variáveis para explicar um determinado fenômeno. Esse conjunto de variáveis é abordado apresentando a compreensão estabelecida sobre essa relação e os elementos que serão observados no objeto da pesquisa proposta. Para elaborá-la serão considerados os fundamentos conceituais de divulgação da demonstração do Balanço Socioambiental e fundamentos normativos para a gestão Socioambiental sob a perspectiva dos *stakeholders*. Esses fundamentos serão apreciados sob a perspectiva das Teorias da Divulgação e do *Stakeholders*.

2.1 Teoria da Divulgação

Verrecchia (apud Salotti & Yamamoto, 2005) trata da Teoria da Divulgação onde esse aponta a inexistência de uma teoria unificada da divulgação, contudo o principal objetivo é explicar fenômeno da divulgação de informações financeiras sob diversas perspectivas. O autor categoriza os modelos que tratam o assunto da Divulgação baseadas em associação; em julgamento; e em eficiência. A teoria segue uma proposta positivista e estabelece uma relação matemática que procura relacionar as variáveis do fenômeno da divulgação com os efeitos com investidores e/ou mercado financeiro.

Verrecchia (apud Salotti & Yamamoto, 2005) estabelecem a caracterização da Divulgação baseada em associação como uma investigação da mudança no comportamento dos investidores (processo exógeno) após a divulgação (ex post). Nesse caso, não se discute os motivos da empresa por determinada divulgação, mas a associação de mudanças de preços, volume de negócios ou outro fenômeno de mercado com a divulgação.

A caracterização da divulgação baseada em julgamento é sintetizada por Verrecchia (apud Salotti e Yamamoto, 2005) em por procurar examinar os gestores e identificar os motivos (processo endógeno) pelos quais se decidem divulgar determinadas informações (ex post). Pressupõe que a administração pode divulgar, ou não, determinada informação. Estudos de Dye (apud Salotti e Yamamoto, 2005) esclarece que para essa caracterização desenvolveu-se a Teoria da Divulgação Voluntária que em linhas gerais aponta que a entidade que esteja cogitando a divulgação

trará informações favoráveis. Entretanto, Verrecchia (apud Salotti e Yamamoto, 2005) aponta o problema da seleção adversa, ou seja, quando um comprador racional interpreta informação não divulgada de forma desfavorável a qualidade daquele ativo, com isso a estimativa desse ativo passa a ser adversa. Frente a essa problemática estabelece-se a noção de que uma informação poderá ser revelada em função do comportamento do investidor, resultado seminal, com isso questionando-se em quais circunstâncias um gerente divulgará ou não determinadas informações. A maioria dos estudos baseados no julgamento concentram a avaliação no ponto de corte do nível de divulgação, porém os autores apontam que o foco deveria estar na probabilidade incondicional da divulgação que pode ser conhecida, por meio de repetidas observações da informação publicadas incondicionalmente.

A divulgação baseada em eficiência discute quais as divulgações são as preferidas (*ex ante*), procura-se atingir eficiência máxima divulgando informações preferíveis. Verrecchia discutido por Salotti & Yamamoto (2005) apresenta um tipo de custo que inibe o investimento é o custo de transação advinda do problema de seleção adversa que é relativo à assimetria informacional. Consequentemente, a empresa em busca da eficiência procura reduzir o custo de assimetria, uma maneira de se atingir esse resultado é o comprometimento com o nível mais alto de divulgação ao público no momento de ocorrência dos fatos, ou seja, o uso de procedimentos os mais transparentes possíveis.

Salotti & Yamamoto (2005) destacam três aspectos relacionados a custo de divulgação provenientes da Teoria. O primeiro é dependência dos custos relacionados à produção de informações privadas para explicar a não divulgação da informação; nesse ponto a incerteza é a justificativa, pois argumenta-se que um dado recém produzido ou incerto transforma-se em um tipo de custo de divulgação, pois gera dúvida para os investidores desinformados e o consequente problema da seleção adversa; ainda é discutido o capital humano no momento que apresentam motivos relacionados ao comportamento do gerente e a possibilidade de ser avaliado pelo mercado com base no valor corrente da firma.

O segundo aspecto é a dependências da divulgação de informações corretas, honestas; para esse aspecto pondera-se o ganho ou perda da credibilidade em uma data subsequente, quando mais informações surgirão, sendo justificado pela possibilidade de algum litígio e o custo de erosão do capital humano associados com a dissimulação,

ressalta-se as provisões para contingências em que a avaliação da integridade da divulgação é apontada como mais difícil.

Com base nessas descrições foi elaborado o Quadro 1 que apresenta conceitualmente as dimensões da Teoria da Divulgação e as respectivas variáveis conforme descrito anteriormente.

Quadro 1: Descritores das dimensões da Teoria da Divulgação

Dimensões	Variáveis
Divulgação baseada em associação;	É possível estabelecer uma valorização das ações da empresa após divulgação do Balanço Socioambiental.
	É possível estabelecer um aumento no volume de negócio empresarial após divulgação do Balanço Socioambiental.
	É possível estabelecer uma satisfação na aquisição do produto da empresa após divulgação do Balanço Socioambiental
Divulgação baseada em julgamento; e	A organização divulga apenas informações favoráveis quanto a gestão Socioambiental
	Existem fatores desfavoráveis que afetam a estimativa do ativo para serem divulgadas no Balanço Socioambiental
	Existem informações que são divulgadas após pressão dos usuários.
	Todas as informações são divulgadas incondicionalmente
Divulgação baseada em eficiência	Dados recém-produzidos ou incertos são divulgados nos Balanços socioambientais
	O mercado avalia o resultado da gestão com base nas informações divulgadas.
	Informações subsequentes que não foram divulgadas afetam a imagem da entidade
	Informações subsequentes que não correspondem com as publicadas afetam a imagem da entidade

FONTE: Baseado nos estudos Salotti & Yamamoto (2005)

E por último, a dependência do objetivo do gerente como um dos estímulos do nível corrente de capitalização da firma, mesmo que essa prática ameace destruir o valor da firma no futuro, esse aspecto é um contra-ponto para os anteriormente apresentados pois nele é questionado se a maximização da capitalização corrente é justificativa suficiente para leva à destruição do valor futuro da firma.

2.2 Conceitos relativos à Relatório Socioambiental.

Tinoco (2010) define Balanço Socioambiental como instrumento que evidencia de forma transparente informações de desempenho das entidades de cunho contábil, econômico, ambiental e social na busca do desenvolvimento sustentável. Este autor esclarece que o demonstrativo, também conhecido pelos nomes de Relatório Socioambiental e Relatório de Sustentabilidade, envolve a elaboração de cinco vértices: Balanço de pessoas (1); demonstração do valor adicionado - DVA (2); indicadores ambientais do Balanço ambiental (3); responsabilidade social e pública das organizações (4); atividades que as entidades exercem (5).

No Quadro 2 são sistematizadas as definições de cada vértice do Relatório Socioambiental estabelecido por Tinoco (2010)

Quadro 2 Descritores dos Vértices do Balanço Socioambiental

Vértices	Descritores
Demonstração do Valor Adicionado	Demonstra a geração e distribuição da riqueza gerada pela entidade, evidenciando a contribuição ao desenvolvimento econômico local.
Balanço de Pessoas	Explicita relações existentes entre os colaboradores da empresa e a respectiva entidade
Balanço Ambiental e Indicadores	Fornecer dados do custo para avaliar o impacto financeiro, assim como informação física do fluxo de materiais.
Responsabilidade Social e Pública	Demonstrativo que explicita a coerência entre os valores das entidades e as práticas corporativas.
Atividades Realizadas	Identificar atividades geradoras de valor em que empresas e outras entidades se envolvem mediante uso de recursos tangíveis e intangíveis.

FONTE: Baseado em Tinoco (2010)

As organizações que buscam alinhar suas atividades ao desenvolvimento sustentável, assim como responder as demandas mercadológicas de uma gestão Socioambiental foram buscando documentos válidos e legais que subsidiassem as ações efetivadas. Ferreira (et al. 2009) esclarece que no Brasil o Balanço Socioambiental passou a ser discutido na década de 70 sendo o modelo proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE o mais utilizado inicialmente pelas organizações. Esse modelo se caracteriza por trazer informações econômicas que servem como base de cálculo dos indicadores sociais e ambientais, mas na atualidade não é mais utilizado pelas organizações.

Desde 2007 existem no Brasil normativas legais de obrigatoriedade de publicação para as organizações do tipo Sociedade Anônima de capital aberto, além de várias ferramentas reconhecidas na área administrativa que normatizam sobre elaboração e divulgação da Gestão Socioambiental propondo modelos. As principais normas reconhecidas no mercado são *Global Reporting Initiative (GRI)* e *International Organization for Standardization (ISO)*. Ademais, o mercado financeiro imprime o índice de sustentabilidade empresarial da Bolsa de Valores; e o Conselho Federal de Contabilidade editou as normas técnicas relacionadas a elaboração voluntária da Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental - NBC T-15.

2.2.1 Conceitos oriundos do Conselho Federal Contabilidade - CFC

O Conselho Federal de Contabilidade (CFC) é uma autarquia corporativa criada em 1946 com personalidade jurídica de direito público. Sua estrutura e funcionalidade é definida pelo Decreto 9295/46. Entre outras finalidades o CFC é responsável pela normatização, orientação e fiscalização do exercício da profissão contábil no Brasil.

Frente à necessidade de demonstrar para a sociedade a participação e a responsabilidade social das empresas; assim como, de orientativo técnico contábil para evidencição de informações de caráter Socioambiental, o Conselho Federal de Contabilidade do Brasil (CFC) disciplinou o tema por meio da Norma Brasileira Contábil NBC T-15, aprovada através da Resolução do - CFC nº 1.003, de 19/08/2004, que determina a divulgação da Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, a partir de 1º de janeiro de 2006.

Essa demonstração contábil não é obrigatória, é uma informação complementar, deve ser apresentada com informações de pelo menos dois anos, chamado pela doutrina contábil de exercício social, e as informações definidas nessa norma não necessariamente são de natureza contábil, devendo ser informada a origem dessa informação, critério e controle que garantam a integridade dos dados divulgados. A norma não define o modelo da demonstração, mas estabelece um rol de informações que devem ser divulgadas pelas empresas que voluntariamente se propuserem a publicação desses relatórios. Essas informações estão segmentadas em quatro grupos e esses podem ser divididos por dimensão do *triple bottom line*, assim como compreende quatro vértices dos Relatórios Socioambientais, demonstrados no Quadro 3.

Quadro 3 Segmentação por Dimensão de Sustentabilidade da Informação da NBC T-15

Grupo de Informação	Dimensão <i>Triple bottom line</i>
Geração e a distribuição de riqueza	Econômica
Recursos humanos	Social
Interação da entidade com o ambiente externo	Social
Interação com o meio ambiente	Ambiental

Fonte: Elaborada pela autora.

Quanto às informações da dimensão econômica que demonstram a geração e distribuição de riqueza devem ser elaboradas conforme Demonstração do Valor Adicionado que está normatizado pelo Comitê de Pronunciamento Contábil - CPC 09. A legislação brasileira para sociedade anônima (S.A) de capital aberto, Lei 6404/76 e suas atualizações Lei 11.638/07 e 11.941/09, estabeleceu esse demonstrativo como obrigatório para esse segmento.

Para as informações dos Recursos Humanos constam dados referentes ao quadro de colaboradores da instituição, contendo informações sobre remuneração, composição sociocultural (gênero, faixa etária) dos colaboradores e tipo de afiliação (interno, terceirizado, estagiário e composição da chefia por gênero) e práticas trabalhistas pelo viés jurídico (processos). O demonstrativo traz informações de natureza monetária e não monetária. Esse grupo é o que apresenta o maior nível de detalhamento indicado pela norma.

Os dados sobre a interação da entidade com o ambiente externo indicam o relacionamento da entidade com a comunidade que está inserida por meio de investimentos nas áreas sociocultural que não correspondam a ações ambientais, além de sistematização da sua relação com os clientes.

Sobre os dados do grupo natureza ambiental a norma subdividiu em investimentos internos na melhoria do seu processo para minimizar impactos ambientais; investimentos em prol da educação ambiental tanto interna (colaboradores e administração) como externa (comunidade e fornecedores, por exemplo); processos judiciais movidos contra a entidade e respectiva indenização e; por fim, os reflexos contábeis relativos às questões ambientais.

Destaca-se dessa norma a natureza voluntária desse tipo de divulgação, onde o intento é disciplinar o mínimo de informações que devem ser contempladas pelas empresas que orientam suas ações para o desenvolvimento sustentável e visam estabelecer divulgação para os seus *stakeholders*. A responsabilidade técnicas dessas informações é do contador que deve indicar as informações não contábeis, para as quais a responsabilidade será compartilhada com o especialista. Outrossim, esses dados devem indicar a fonte de onde foram extraídos e o método visando garantir a integridade dos dados divulgados. Essas informações podem ser submetidas a auditoria caso esse procedimento seja adotado.

2.2.2 Conceitos obtidos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC

Em 2005 foi instituído pelo Conselho Regional de Contabilidade por meio da resolução 1055/05 o Comitê de Pronunciamentos Contábeis que tem como objetivo emitir pronunciamentos técnicos contábeis levando em conta a convergência da contabilidade brasileira às normas internacionais. Esse Comitê é composto por representantes da área de pesquisa, auditoria, usuários, academia e produtores de informação contábil. Ademais, conta com a participação de entidades e especialistas

convidados que se correlacionam com o tema em discussão para posterior elaboração do produto técnico. Esses produtos são pronunciamento, interpretação e orientação que passam por etapas distintas de elaboração e são submetido a audiência pública até aprovação.

A legislação brasileira para Sociedades Anônimas (S.A) de capital aberto, em vigor é a Lei 6404/76 e suas atualizações Lei 11.638/07 e 11.941/09. Essas consideram cinco demonstrativos financeiros obrigatórios de publicação para as S.A., a saber, Balanço patrimonial, demonstração do lucro ou prejuízos acumulados; demonstração do resultado do exercício; demonstração do fluxo de caixa; e demonstração do valor adicionado (DVA). Esses componentes deverão ser elaborados com base na escrituração mercantil da companhia, publicados anualmente, com indicação comparativa de valores relativa a dois períodos de divulgação.

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) é normatizada pelo Comitê de Pronunciamento Contábil - CPC 09 que estabelece critérios para elaboração desse demonstrativo, além de apontar que a sua finalidade é evidenciar a riqueza gerada e a distribuição realizada da riqueza pela entidade.

A DVA proporciona informação de natureza econômica evidenciando a riqueza gerada e a realização de receita com base no regime contábil da competência, ou seja, considera-se principalmente as vendas de mercadorias, produtos e serviços no momento da transação independente do recebimento e/ou pagamento financeiro e desconta-se os insumos adquiridos para a produção. A distribuição da riqueza consiste na remuneração dos recursos humanos; remuneração dos emprestadores de capital; governo; e remuneração do capital próprio. Essa normativa apresenta três modelos indicativos de elaboração divididos nos segmentos empresas em geral, instituições financeiras bancárias e seguradoras.

Com base na CPC 09 e no modelo I para segmentos empresa em geral identifica-se que o demonstrativo está subdividido em três operações: o produto ou serviço em si (suas vendas diminuídas do custo para produzi-lo); os fatores econômicos do negócio (depreciação e mercado financeiro) e a distribuição da riqueza, sendo esta subdivida em pessoas, governo, capital de terceiro e capital próprio. Todas as informações são monetárias e obrigatórias no Brasil.

2.2.3 Conceitos obtidos a partir do *Global Reporting Initiative* – GRI

Segundo Ferreira (et al. 2009) o Relatório de Sustentabilidade *Global Reporting Initiative* (GRI) baseia-se no tripé que busca evidenciar os impactos econômicos, ambientais e sociais advindos das organizações. O GRI estabelece um padrão que satisfaça todas as organizações independente de seu tamanho, setor ou localidade. Para tanto, propõem dados monetários e não monetários e estabelece índice nas categorias do *triple bottom line*, ou seja, dimensões econômicas, sociais e ambientais que facilite a consulta dos indicadores de desempenho sistematizados.

O relatório proposto pela GRI, na atualidade, está na 4ª geração. Segundo Ito, Silva e Zibas (2013) essa nova geração estabelece um maior foco na cadeia de valor e na materialidade. Além disso, ela confere maior destaque às informações sobre formas de gestão *Disclosure on Management Approach* (DMA) e alinhamento com outros relatórios como Pacto Global da Organização das Nações Unidas, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Relatório Integrado (IIRC). A GRI apresenta diretrizes para temas relevantes de cada setor, buscando estabelecer comparabilidade entre empresas.

De acordo Ferreira (et al. 2009) para a elaboração do GRI foram criadas orientações, ou diretrizes para definir o conteúdo com transparência e limite do relatório, como também foram estabelecidos princípios para definir o conteúdo, garantir a qualidade, assim como apontar os objetivos que devem ser atingidos por um relatório. Para os autores definir o conteúdo do relatório é uma tarefa árdua, pois deve apresentar de forma equilibrada o desempenho da organização divulgando, com transparência, os pontos positivos e os negativos. A qualidade da informação é assegurada pela observância de seis princípios: equilíbrio, comparabilidade, exatidão, periodicidade, clareza e confiabilidade.

Para estabelecer os Limites de abrangência do relatório é preciso identificar a cadeia de relacionamentos e o grau de influência para posteriormente analisar sobre o que relatar. O GRI também estabelece orientação para essa etapa. Ferreira (et al. 2009) destacam que nessa etapa os limites devem ser avaliados sob uma perspectiva mais ampla que a econômica, deve considerar suas relações e impactos na sociedade e no meio ambiente.

Por fim, sobre o GRI, Ferreira (et al, 2009) esclarecem que é mais abrangente por buscar evidenciar os processos de gestão, retrata questões quantitativas e qualitativas inerentes as gestão Socioambiental. Ademais, apresenta indicadores de

desempenho que fazem parte do relatório de sustentabilidade, e são fontes de comparabilidade entre as organizações. Esses estão divididos nas categorias econômica, ambiental e social, sendo que os indicadores sociais estão subdivididos nas seguintes categorias: práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto. Os autores concluem que a ênfase desses demonstrativos são os indicadores sociais.

2.2.4 Conceitos concernentes à *International Organization for Standardization* - ISO

Segundo Credidio (2007) a *International Organization for Standardization* (ISO) é uma organização não-governamental Internacional, criada em 1946 com sede em Genebra (Suíça). Tem como objetivo estabelecer o padrão mundial para a implementação de diretrizes direcionadas a diversos domínios de atividade inclusive o de responsabilidade Socioambiental. Para tanto conta com a cooperação de organismo de normas técnicas no âmbito intelectual, científico, tecnológico e de atividade econômica facilitando o intercâmbio internacional de produtos e serviços. De acordo com Amaral e Zander (2008) no Brasil a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) representa oficialmente a ISO.

Para discutir sobre Responsabilidade Social e estabelecer a ISO 26000 Amaral e Zander (2008) esclarecem que a *International Organization for Standardization* (ISO) formou um Grupo de trabalhos com diversidade de representação organizacional (ao todo são 33 organizações). Essa norma é um guia metodológico e operacional para identificar o engajamento das partes interessadas, assim como ampliar a credibilidade dos relatórios sobre responsabilidade social. Conforme Credidio (2007), essa norma é a terceira geração considerando que vigoram a ISO 9000 – Sistemas de Gestão de Qualidade e ISO 14000 – Gestão Ambiental, ambas tem caráter certificador, ao contrário da ISO 26000 que é uma guia de diretrizes. Outrossim, Deus, Seles e Vieira (2014) complementam que a publicação dessa norma ocorreu em 1º de novembro 2010 em Genebra, Suíça, após 5 anos de desenvolvimento. A versão em português foi lançada no Brasil no dia 8 de dezembro de 2010, ABNT NBR ISO 26000 e está disponível na íntegra no site do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO). Essa instituição destaca na norma que a ISO 26000 é uma diretriz de uso voluntário, qualquer alegação de certificação dessa norma é falsa e constitui declaração falsa e incompatível com o propósito da norma.

Para elaboração da ISO 26000, Credidio (2007) aponta três princípios: Gerais; Substantivos e Operacionais. Os Gerais referem-se a aplicação das leis, convenções e declarações reconhecidas internacionalmente. Os Substantivos estão relacionados aos avanços e resultados dos critérios internacionais reconhecidos nas áreas de responsabilidade social. Os Operacionais estão relacionados a qualidade do processo (*accountability* e transparência, entre outros).

Nos estudos de Deus, Seles e Vieira (2014) apresentam temas centrais estabelecidos pela ISO 26000: Governança organizacional; Direitos humanos; Práticas de trabalho; Meio ambiente; Práticas legais de operação; Questões relativas ao consumidor e Envolvimento e desenvolvimento da comunidade onde se discutem os fatores sociais, ambientais e econômicos que as ações organizacionais se relacionam. Os autores apontam que apesar dessa certificação não ser legalmente obrigatória é moralmente obrigatória, pois auxilia as organizações a contribuírem com o desenvolvimento sustentável, além de estabelecer um foco nos *stakeholders*, e orientação para as organizações não se limitarem aos aspectos legais da responsabilidade social, é necessário ir além.

2.3 Conceitos da Teoria *Stakeholders* para a estratégia e sustentabilidade

Segundo Freeman (apud Azevedo et al., 2013) desenvolveu a Teoria de *Stakeholders* baseado na Teoria da Firma, quando abordou a relação das empresas com o seu ambiente externo como também o comportamento delas sem essa mesma relação. De acordo com Walter; e Carrol (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) a Teoria do *Stakeholders* se fundamenta em justiça, equidade e no social, sendo esses valores captados dos grupos que externalizam os motivos das mudanças iniciadas. Para Donaldson e Preston (apud Azevedo, Pedrozo, e Malafaia, 2012) é preciso identificar, mapear sua influência, assim como os impactos nos objetivos.

Para apresentar os grupos sociais que são afetados pela operação da organização Bowditch e Buono; e Mendonça et al. (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) trazem os seguintes elementos: acionistas, funcionários, sindicatos, clientes, fornecedores, comunidade local, entidades governamentais entre outros. Clarkson (apud Mainardes et al, 2011) apresenta a divisão em Primários aqueles que tem relações contratuais formais ou oficiais com a organização, por exemplo: clientes; fornecedores; empregados; acionistas; e gestores. Secundários aqueles que não têm relações

contratuais, por exemplo: governo; comunidade local; Instituição financeira, entre outros.

Os estudos sobre o conceito de *Stakeholders* realizado por Azevedo, Pedrozo e Malafaia (2012) apontam que não há consenso conceitual, conforme se destaca no Quadro 4.

Quadro 4: Conceitos Stakeholders

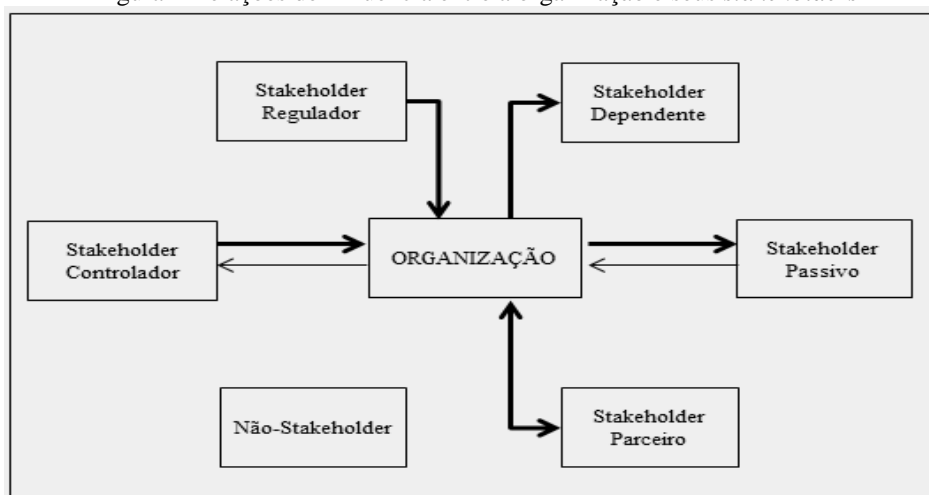
Autores	Conceito de <i>Stakeholders</i>
Mitchel, Agle & Wood; e Key	<i>Stakeholders</i> seria qualquer entidade do ambiente externo que é afetada pelos objetivos organizacionais ou possa afeta-la.
Clarkson	<i>Stakeholders</i> considera indivíduos e/ou grupos que se relacionam com atividades passadas, presentes ou futuras de uma firma, ou seja, por interesse na corporação e/ou situação, como também reivindicam propriedade e direito.

Fonte: Baseado em Azevedo, Pedrozo e Malafaia (2012)

Mainardes (et al. 2011) apresenta o modelo de classificação que é estabelecida com base na influência mútua entre as partes, a saber o *stakeholder* e a organização sob o ponto de vista dos gestores. Esse modelo cliva esses atores em seis grupos reguladores; controlador, parceiro, passivo, dependente e o não-*stakeholder*.

Na a Figura 1 contem a relação de influência, onde a setas representa a força e a direção dessa influência.

Figura 1 Relações de influencia entre a organização e seus *stakeholders*



Fonte: adaptado Mainardes (et al. 2011)

No Quadro 5 apresenta os elementos da clivagem social dos *stakeholders*, conforme os estudos elaborados em Mainardes (et al. 2011).

Quadro 5: Elementos da Clivagem Social dos *Stakeholders*

Clivagem	Descritores
Regulador	Sua influência sobre a organização leva a determinar a ação independente da vontade da organização.
Controlador	Quem comanda a relação com a organização
Parceiro	Influencia equilibrada entre as partes. Atuam em conjunto.
Passivo	É comandado pela organização. Aceita as decisões da organização.
Dependente	Sem poder influenciar a organização. Depende da organização para suprir suas demandas
Não-stakeholder	Não influencia e nem é influenciado pela organização

Fonte: Baseado em Mainardes (et al. 2011)

A relação de influencia entre as partes é representada pelas flechas que ligam a categoria à organização, sendo a espessura da flecha a representação da força de influência entre as partes.

Autores como Vinha; Buysse e Verbeke; e Seibel e Gianini (*apud* Azevedo et al. 2013) enfatizam que empresas que visam o lucro em detrimento das questões ambientais tendem a usar de forma limitada as informações do *stakeholders*, envolvendo somente consumidores e representantes dos órgãos reguladores; em linha Rowley (*apud* Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) aponta que os pesquisadores tem se limitado em pesquisar a influência desses no nível dialógico e que esses atores podem influenciar o comportamento das organizações. Entretanto, Factor; Waddock; e Gao e Zhang (*apud* Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) ressaltam a importância da centralidade dos *stakeholders* para balizar a compreensão mútua de sustentabilidade corporativa, assegurando resultados equilibrados e incitar o desenvolvimento cognitivo, moral e emocional.

Na perspectiva das mudanças organizacionais Cruz, Pedrozo e Estivalet (apud Azevedo et al. 2013) enfatiza que os *stakeholders* não são suficientes para estabelecê-las, essa só ocorrerá com modificação de valores individuais dos participantes da organização. Na perspectiva ainda das mudanças organizacionais Egri e Pinfield (apud Azevedo et al. 2013) estabelecem duas formas das empresas se adaptarem a seus ambientes: Modelo racional e mecânico; e ponto de vista institucional. O primeiro caso as mudanças ocorrem dentro dos seus interesses limitados; no segundo caso as mudanças de valores sociais são incorporadas à medida que absorvidos pelos gestores influentes da organização.

Por fim, Winn e Keller de acordo com Azevedo, Pedrozo, & Malafaia (2012) apontam o foco principal da teoria do *stakeholders* que é identificar as conexões entre a gestão desses atores e a influência nos objetivos corporativos tradicionais. Todavia, Gao e Zhang (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) ressaltam que esse processo é uma via de mão dupla, ou seja, é um processo de compartilhamento de opiniões onde os *stakeholders* além de escutados e consultados devem ser respondidos.

2.4. Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e o Desenvolvimento Sustentável

Para Azevedo (et al. 2013) a administração vem sofrendo mudanças na forma de se fazer negócio e estabelecimento de estratégia. Essas mudanças se reafirmam com a evolução das teorias da administração e a incorporação das responsabilidades ambientais e sociais na elaboração das estratégias, esse processo avaliado no âmbito das organizações é chamado de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Machado (et al. 2012) para realizar estudos sobre a RSC apontam fatores que correspondem a paradigmas de gestão que é preciso discutir para estabelecer o modo de caminhar com desenvolvimento sustentável, para tanto eles citam seis fatores estabelecidos pela *World Commission on Environment and Development (WCED)*: mudar a qualidade do crescimento (1); suprir as necessidades (trabalho, comida, energia, água e saneamento) (2); assegurar sustentabilidade da população (3); consertar e aumentar a base de recursos (4); reorientar riscos de gestão e tecnologia (5); e integrar ambiente e economia nas tomadas de decisão (6).

Munck, Souza e Silva (2012) estabelecem um tratamento sobre desenvolvimento sustentável para as organizações e apontam que o paradigma dominante relativo ao desenvolvimento sustentável é o tecnocentrismo.

Mebratu (apud Munck, Souza e Silva, 2012) esclarece que os conceitos estabelecidos pela *WCED* se enquadram na categorização de uma versão tipificada como institucional, que na sua essência se preocupa com a satisfação das necessidades e estabelece como principal desafio para um desenvolvimento efetivamente sustentável a realização de um crescimento econômico saudável, responsável e limpo.

Fergus e Rowney; e Lélé (citados por Munck, Souza e Silva, 2012) dividem em duas esferas: objetivo (1) e processo (2). Na primeira esfera é estabelecido enquanto crescimento sustentável; já na esfera de processos é “mensurado por retornos financeiros, tidos como referências para a tomada de qualquer decisão”. Logo a representação das organizações enquanto ente econômico da sociedade na perspectiva

do desenvolvimento sustentável no paradigma tecnocentrismo tende a parcialidade influenciada por lucros financeiros e interesses pessoais.

Bowen e Carroll (apud Machado et al. 2012) apresentam quatro vertentes que alicerçam RSC: econômica; legal; ética; e discricionária ou filantrópica. Essas vertentes caracterizam o tipo de RSC que motivam as organizações, ou seja, fazem por determinação legal – Legalista; estabelecem normas e condutas institucionais em prol da Responsabilidade Social almejada – Ética; apoiam atividades voluntárias e sociais – Filantrópicas.

O Quadro 6 traz os elementos da responsabilidade social corporativa (RSC).

Quadro 6: Elementos da Responsabilidade Social Corporativa

Especificações	Descritores
Responsabilidade Social Corporativa (RSC)	Reconhecer a complexidade das relações entre os sistemas e investe em inovações.
Vertente Econômico	Instituições empresariais são as unidades econômicas que visam a geração de lucro
Vertente Legalista	Limites das instâncias legais devem ser gerenciados
Vertente Ética	Condutas e normatizações que orientam a execução das atividades fins
Vertente Filantrópica	Ações de caráter voluntário

FONTE: Adaptado pela autora. Baseado em Machado (et al. 2012))

Azevedo, Pedrozo e Malafaia (2012) estabelecem a relação entre estratégia organizacional e a colaboração dos *stakeholders*. Esses pesquisadores ressaltam a importância de conhecer os históricos e interesses dos *stakeholders* somados com o desenvolvimento de alternativa estratégica, estabelecendo uma nova abordagem de negócio, onde se identifica o poder mais equilibrado, legitimidade, confiança e negociação de conflito, além de criação de normas. Gemmill e Bamidele-izu (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012) indicam que os *stakeholders* estabelecem mobilizações ativas que impulsionaram maior cooperação internacional e o estabelecimento de acordos.

Azevedo (et al. 2013) avaliam o processo de gestão ambiental realizada em conjunto com a estratégia institucional como um excelente caminho para reestruturar a entidade e estabelecer oportunidade de negócios. Os autores afirmam que essa forma de gestão é elemento essencial para ligar os *stakeholders* ao processo de intermediação nas tomadas de decisão, como uma tentativa de adaptação ao meio e elaboração de soluções viáveis e consensuada no longo prazo. Oliveira (apud Azevedo et al. 2013) esclarece que as organizações estão divulgando informações de caráter Socioambiental. Ferraz & Motta (apud Azevedo et al., 2013) apontam nos seus estudos que 85% das empresas brasileira adotam como estratégia a variável ambiental.

No entanto, cada empresa realiza as ações empresariais considerando as vertentes de RSC possíveis para a sua atuação e conjugada com a estratégia mercadologia que os gestores compreendem sobre a sua atuação. Husted e Salazar (apud Machado, et al, 2012) apresentam o modelo que subdividem as ações empresariais em três visões: altruísta, estratégica e Coercitiva.

No Quadro 7 são sistematizados os descritores das visões da RSC.

Quadro 7: visões das ações empresariais

VISÃO	DESCRIPTORES
Visão altruísta	Tem a intenção de maximizar lucros sociais
Visão coercitiva	Reconhecem que suas atividades afetam o bem-estar da sociedade, mas são coagida a investir em produtos sociais para sobreviverem.
Visão estratégica	Focadas no alcance dos projetos sociais por ela executado, visando um melhor posicionamento no mercado, alavancagem de recurso, maximização lucro e desempenho social.

FONTE: Adaptado pela autora. Baseado em Machado (et al. 2012)

Maia e Pires (2011) esclarecem que na atualidade a tomada de decisão dos gestores direcionada à sustentabilidade tem níveis de complexidade devido ao desafio de compreender o reflexo das múltiplas variáveis que envolvem as dimensões do *triple bottom line*: econômica, social e ambiental. Miller, Hickson e Wilson (apud Maia e Pires, 2011) estabelecem que as variações das decisões organizacionais podem ocorrer no Conteúdo sobre o que versam; o Processo como a decisão é conduzida; e Importância as instâncias onde acontecem operacionais ou estratégicas.

Na atualidade Porter e Kramer (2006) apontam a necessidade das empresas estabelecerem o *Shared value*, em português, seria o valor compartilhado. Os autores propõem que as empresas integrem uma perspectiva social e ambiental como um diferencial competitivo e estes orientem a estratégia de negócio.

Para finalizar, destaca-se Ashley (apud Machado (et al. 2012)) que afirma que as empresas na atualidade devem equilibrar as dimensões do *triple bottom line* com competência técnica. Assim como Gladwin, Kennelly e Krause (apud Machado et al. 2012) que indicam a necessidade de si investir em inovação, pois reconhecem o Desenvolvimento Sustentável como um processo do desenvolvimento humano.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Flick (2009) descreve a importância para a pesquisa em definir o campo e as questões de pesquisas, pois essa base possibilita delimitar os recursos e o plano de pesquisa. Ademais, estabelece um foco orientativo para o alcance de resultados. Esta tarefa se caracteriza como pesquisa exploratória, de caráter funcionalista e descritivo, na via de alcançar fundamentos para análise dos dados contábeis elaborados em suporte a decisão de gestores socioambientais.

Segundo Ander-Egg (*apud* Siena, 2013) a pesquisa é uma fase mais especializada da metodologia científica, por se tratar de um procedimento reflexivo sistemático e crítico, constituindo um caminho para conhecer a realidade ou parte dela. Para o autor a pesquisa social permite novos conhecimentos no campo da realidade social e a pesquisa aplicada possibilita construir conhecimento com imediata aplicação sobre a realidade social. No caso dessa pesquisa a realidade social que se busca conhecer a percepção do *stakeholders* frente ao instrumento Balanço Socioambiental, considerando ser esse instrumento uma ferramenta social para acompanhamento das ações de gestão das empresas, e talvez de uma possível intervenção.

Para enfrentar essa tarefa existem métodos que Pozzebom & Petrini (2013) esclarecem se tratar de estratégias de investigação que possui pressupostos filosóficos que fazem conexão entre o desenho da pesquisa e a relação com o material pesquisado. Portanto, a abordagem metodológica que se propõem é Funcionalista.

Em linha Bruyne, Herman, & Schoutheete (1982) apontam paradigmas quando do reagrupamento de conceitos científicos. Esses autores sugerem quadro de referência que no caso dessa pesquisa destaca-se o paradigma do quadro funcionalista que analisa o todo e as partes duráveis; analisa a instituição e sua contribuição ao sistema; identifica as funções percebidas pelos atores. Nesse quadro considera-se que “a instituição é essencialmente a resposta a uma necessidade da sociedade, é uma condição útil ao seu funcionamento”

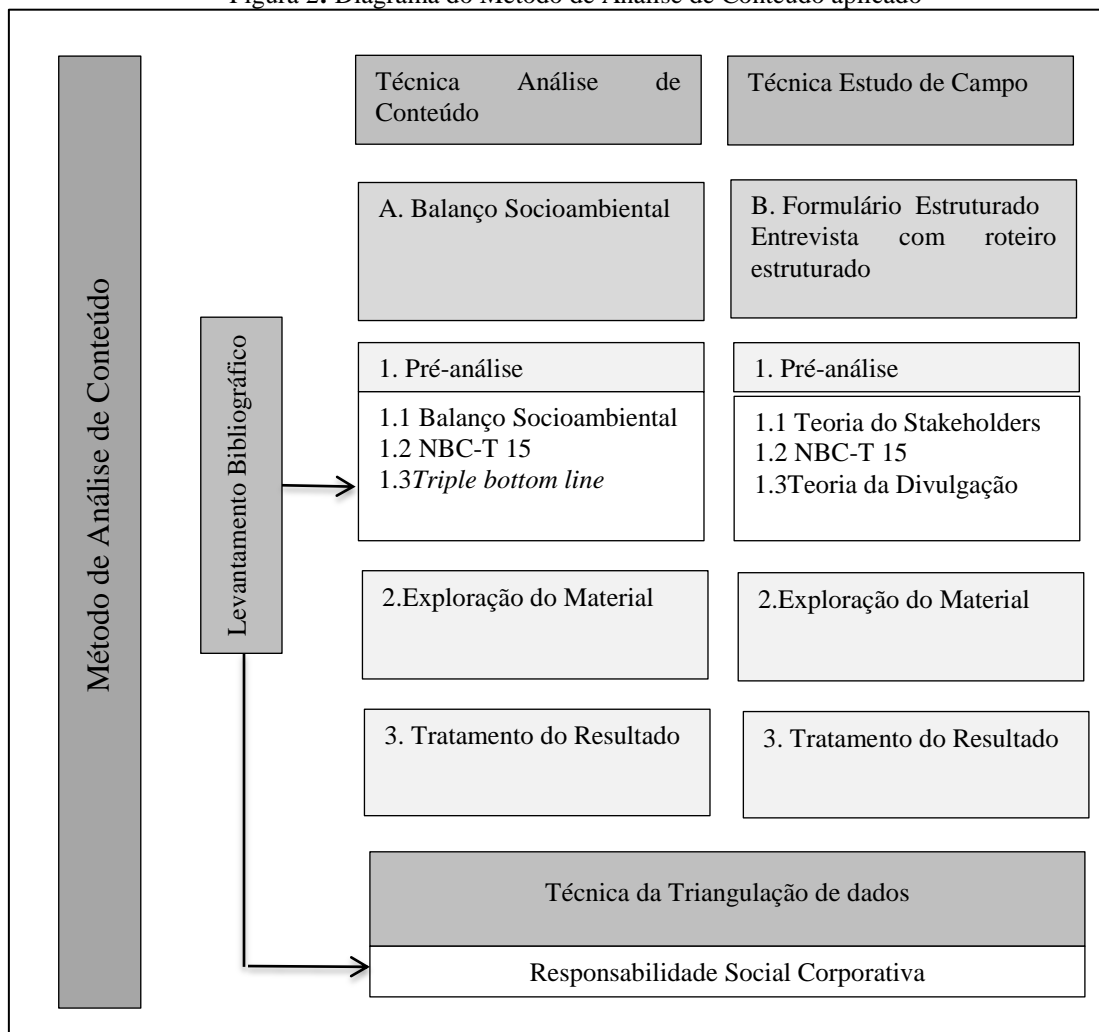
Ontologicamente trata da relação sujeito-objeto e a compreensão intersubjetiva que esses usuários estabelecem do objeto, na pesquisa em questão o objeto pesquisado é o Balanço Socioambiental publicados pelas empresas do tipo Sociedade Anônima de capital aberto situadas na cidade de Porto Velho e o usuário são os *stakeholders*.

Para finalizar a perspectiva metodológica ora proposta, Bruyne, Herman, & Schoutheete (1982) conceituam os polos epistemológico, teórico, morfológico e técnico; que dentro da complexidade das problemáticas em ciências sociais exigem interpenetrações e voltas constantes entre eles. O olhar teórico se caracteriza por uma postura positivista, conforme Theóphilo & Iudícibus (2009) esse olhar trata de uma investigação em superfície que compreende o aumento de conhecimento rotineiro, amparado por teorias, nessa pesquisa a Teoria da divulgação estabelece orientativo para elaboração de visões sobre o tipo de divulgação realizada pelas organizações e a Teoria do *Stakeholders* aprofunda o olhar sob os diversos interesses internos e externos à organização e que influenciam na sua posição mercadológica.

3.1 Método

Ander-Egg (apud Siena, 2013) conceitua método como uma série de operações e regras pré-fixadas que oferecem a forma de se alcançar o resultado. Nessa pesquisa utilizou-se o Método de Análise de Conteúdo. Bardin (apud Oliveira, 2008) define etapas de análise tais como: pré-análise; exploração do material ou codificação; tratamento dos resultados, inferência e interpretação. (a) pré-análise: as operações preparatórias para a análise (escolha dos documentos e elaboração dos indicadores que fundamentam a interpretação final); (b) exploração do material ou codificação: os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes ao conteúdo expresso no texto; (c) tratamento dos resultados inferência e interpretação: coloca-se em relevo as informações fornecidas pela análise, através de quantificação simples (frequência) ou mais complexas como a análise fatorial, permitindo apresentar os dados em diagramas, figuras, modelos e outros, conforme demonstrado na Figura 2.

Figura 2: Diagrama do Método de Análise de Conteúdo aplicado



Fonte: Elaborado pela autora.

3.2 Aspectos gerais do Estado de Rondônia e da Cidade de Porto Velho

A cidade de Porto Velho de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) está situada nas barrancas da margem direita do rio Madeira, o maior afluente da margem direita do rio Amazonas, originou-se das instalações portuárias, ferroviárias e residenciais da Estrada de Ferro Madeira Mamoré (EFMM), dentro do bioma Amazônico.

A população estimada pelo IBGE para 2014 de 494.013 habitantes, área de 34.096 km², ou seja, 14,4 pessoas por km². Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a cidade apresenta R\$ 8.163.412 de Produto Interno Bruto (PIB) o que representa 71% do PIB do Estado (Rondônia) e 4% do PIB Nacional (Brasil). Com relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) apresenta 0,736 o maior do

estado de Rondônia; comparado com 27 capitais do Brasil pesquisadas pelo IBGE, a cidade de Porto Velho está na 24 posição.

No Quadro 8 é sistematizado o PIB de Porto Velho e Rondônia de acordo com órgão oficial brasileiro IBGE, como suporte da discussão realizada.

Quadro 8: Produto Interno Bruto¹

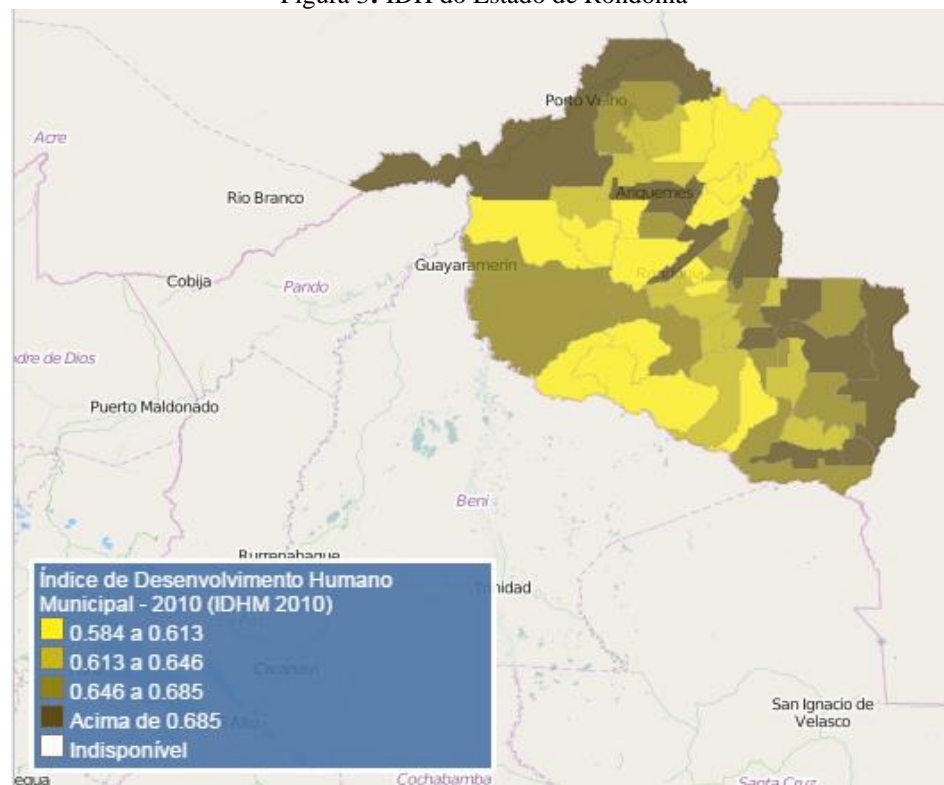
VARIÁVEL	Porto Velho	Rondônia	Brasil
Agropecuária	325.844	2.347.090	105.163.000
Indústria	1.883.401	1.597.567	539.315.998
Serviço	5.954.167	7.532.831	1.197.774.001
TOTAL	8.163.412	11.477.488	1.842.252.999

¹Valores expressos em Reais

Fonte: (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE))

A Figura 3 apresenta a distribuição do IDH no estado de Rondônia.

Figura 3: IDH do Estado de Rondônia



Fonte: (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE)), disponível: <http://cidades.ibge.gov.br/cartograma/mapa.php?lang=&coduf=11&codmun=110020&idtema=118&codv=v01&search=rondonia/porto-velho/sintese-das-informacoes->

A cidade de Porto Velho está situada no bioma amazônico que segundo o sítio eletrônico do Instituto de Pesquisa Ambiental Amazônica (IPAM) “A floresta Amazônica representa um terço das florestas tropicais do mundo, além de conter mais da metade da biodiversidade do planeta.”, segundo os estudos dessa organização essa

região concentra 20% da água doce do planeta, e apesar de cobrir 7% da superfície terrestre, contém mais da metade da biodiversidade do mundo.

Costa (2012) descreve que a bacia hidrográfica amazônica em território brasileiro estende-se por mais de 4,5 milhões de km², sendo um potencial hidrelétrico no Brasil e palco do complexo de hidroelétricas, especificamente no rio Madeira em Porto Velho as Usinas de Santo Antônio e Jirau. Destaca do potencial hídrico da região a potencialidade para aquicultura e recursos pesqueiros. Ademais, a autora registra a riqueza do solo (pedologia) com mais de 500 milhões de hectares de terra cultivável, com um oitavo em uso; na geologia as riquezas de minérios das quais há registro de exploração de ferro, bauxita, ouro, cassiterita e manganês; além dos cobiçados nióbio e titânio para área tecnológica. Frente a tanta abundância de recursos naturais a autora, sabiamente, afirma que essa abundância favorece a exploração insustentável na região.

Cavalcante (2011) retratando sobre o estado de Rondônia, esclarece que esse é um dos mais novos da federação brasileira, e mergulha na formação econômica e social do estado. Pandolfo (*apud* Cavalcante, 2011) esclarece a trajetória socioeconômica da região, onde o processo de ocupação teve como marco os ciclos das drogas do sertão e da borracha; e o marco econômico se iniciou com a exploração do ouro pela coroa portuguesa, e posteriormente com a exploração da borracha que representou os reflexos dos avanços tecnológicos decorrentes da Revolução Industrial, mas na Amazônia teria profundos reflexos para as questões econômicas e sociais. Em Rondônia destacam-se ciclos desenvolvimentistas iniciado com a construção da Estrada de Ferro Madeira Mamoré (EFMM), e no governo de JK a construção da Rodovia Federal BR-364. Mahar (*apud* Cavalcante, 2011) destaca a revisão do Plano de Valorização da Amazônia já no início do século XX, e elenca os crescimentos sociais e econômicos ocorridos a partir da década de 50 concluindo “Em Rondônia, os processos de expansão rápida e de desmatamento acelerado passaram a fazer parte cada vez mais comum das estatísticas oficiais.”.

Os arranjos produtivos locais (APL) para Santana (*apud* Cavalcante, 2011) em toda a extensão amazônica, demonstrou que faixa cortada pela BR-364 do estado de Rondônia, a partir da década de 70, corresponderia a um dos maiores APL's de toda a Amazônia legal. Esse crescimento é explicado pela dinâmica inovativa, ou seja, o processo de diversificação produzido pelo campesinato e enraizamento na região.

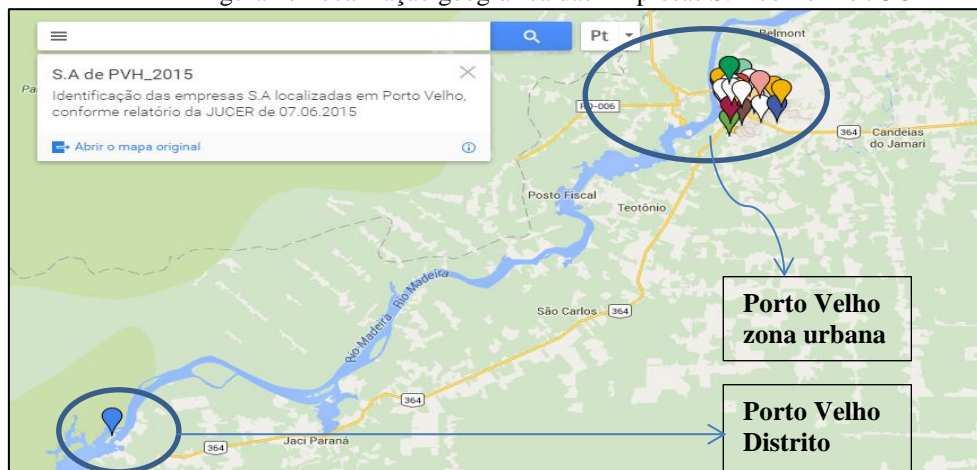
3.3 Procedimentos

Segundo Kerlinger (1910) e Siena (2013) os procedimentos se vinculam com a característica da objetividade científica e visam evitar predileções e influências. A consulta bibliográfica permite afirmar que os procedimentos aumentam a probabilidade de obter conhecimento fidedigno e válido. Flick (2009) afirma que na pesquisa qualitativa é relevante o estudo das relações sociais considerando a diversificação das esferas de vida. Para o Método de Análise de Conteúdo ora proposto, Oliveira (2008) esclarece que o procedimento é a realização de Leitura Flutuante. Este apanhado é a leitura exaustiva do conjunto de documentos a serem analisados, de forma que o pesquisador sistematize e encontre o raciocínio lógico para afirmar ou negar a verdade no eixo investigado.

Para estabelecer a leitura flutuante dos Balanços Socioambientais das empresas, foi necessário identificar as empresas do tipo Sociedade Anônima de capital aberto que atuam na cidade Porto Velho, Rondônia.

A Figura 4 apresenta o mapa da municipalidade de Porto Velho com a disposição geográfica das empresas do tipo S/A que compõem o cadastro da JUCER.

Figura 4: Localização geográfica das Empresas S.A conforme JUCER



Fonte: Elaborado pela autora

É possível identificar no mapa que a maioria está situada na zona urbana, com apenas a empresa Tractebel Energia na zona rural.

Realizou-se um levantamento da Junta Comercial de Rondônia (JUCER), uma autarquia do Estado de Rondônia, conforme Lei Estadual 074 de 03/12/1985, responsável pelo registro, armazenamento e fornecimento de informações de atos mercantis e atividades afins, entre eles as informações das empresas que atuam no estado. Com base no número do Cadastro Nacional Pessoa Jurídica (CNPJ) da listagem

foi realizado uma consulta da situação cadastral da respectiva empresa no sítio eletrônico da Secretaria da Receita Federal do Brasil (SRF) - http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp; estabelecendo o escopo a ser pesquisado.

Foi realizado o confronto do banco de dados da JUCER com a SRF para a definição das empresas do tipo S/A de capital aberto que se enquadrariam no perfil jurídico estabelecido para a pesquisa, para tanto foi utilizado o CNPJ do cadastro da JUCER e consultado na SRF o tipo de empresa registrada.

No Quadro 9 consta a relação das empresas que compõem a amostra para o levantamento dos Balanços Socioambientais, sendo a primeira coluna as informações da Junta Comercial, na segunda coluna as informações das empresas informadas pela JUCER fornecidas pela Receita Federal e a terceira coluna as empresas que foram selecionadas para levantamento dos BSA para pesquisa.

Quadro 9: Escopo de Pesquisa

Nº	Empresa Informada JUCER	Cadastro da Receita Federal		SITUAÇÃO PARA PESQUISA
		SITUAÇÃO	TIPO	
1	GAFISA S/A,	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
2	JBS S/A	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
3	LOJAS RENNER S.A.	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
4	OI S/A	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
5	SOUZA CRUZ S/A	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
6	TELECOMUNICAÇÕES DE RONDONIA S/A TELERON ¹	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
7	TRACTEBEL ENERGIA S/A	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
8	BANCO BRADESCO S.A	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
9	SER EDUCACIONAL S.A.	Ativa	capital aberto	PESQUISADA
10	COMPANHIA DE RECURSOS MINERAIS C.P.R.M	Ativa	empresa pública	Não fará parte da pesquisa
11	RONDONED DISTRIBUIDORA E COMÉRCIO DE MEDICAMENTOS S/A	Ativa	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
12	AMERICEL S/A	Ativa	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
13	CAMTER CONSTRUCOES E EMPREENDIMENTOS S A,	Ativa	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
14	TELECOMUNICAÇÕES BRASILEIRAS S.A - TELEBRÁS	Ativa	Sociedade economia mista	Não fará parte da pesquisa
15	FURNAS CENTRAIS ELÉTRICAS S/A	Ativa	Sociedade economia mista	Não fará parte da pesquisa
16	NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S.A,	Baixada	capital aberto	Não fará parte da pesquisa
17	TIM SUL S/A	Baixada	capital aberto	Não fará parte da pesquisa
18	BANCO BRADESCO S.A	Baixada	capital aberto	Não fará parte da pesquisa
19	MAXITEL S/A,	Baixada	capital	Não fará parte da

Nº	Empresa Informada JUCER	Cadastro da Receita Federal		SITUAÇÃO PARA PESQUISA
		SITUAÇÃO	TIPO	
			fechado	pesquisa
20	AMERICEL S/A	Baixada	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
21	PURAS DO BRASIL SOCIEDADE ANONIMA	Baixada	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
22	TRANSPORTADORA ITAPEMIRIM S/A	Baixada	capital fechado	Não fará parte da pesquisa
23	CENTRAIS ELETRICAS DO NORTE DO BRASIL S/A – ELETRONORTE	Baixada	Sociedade economia mista	Não fará parte da pesquisa
24	BANCO ABN AMRO REAL S/A,	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
25	BANCO BRADESCO S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
26	BANCO BRADESCO S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
27	BANCO BRADESCO S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
28	BANCO BRADESCO S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
29	BANCO BRADESCO S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
30	BANCO DO BRASIL S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
31	BANCO DO BRASIL S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
32	GAZOLA S/A INDUSTRIA METALURGICA	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
33	INTEC TI LOGISTICA S.A.	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa
34	TELET S.A	CNPJ não informado		Não fará parte da pesquisa

¹A Empresa Telecomunicações de Rondônia S/A foi adquirida pela empresa OI S/A, dessa forma, foi considerada as informações publicadas apenas da OI S/A.

Fonte: Elaborado pela autora

A JUCER informa a existência de trinta e quatro empresas do tipo S/A de Capital Aberto. Nessa relação onze empresas não constavam o CNPJ, oito empresas estavam com a situação de baixada no cadastro da SRF o que significa que a empresa não está em atividade comercial. Restaram quinze empresas com situação de ativa, o que significa a atuação comercial no momento da pesquisa, ocorre que destas empresas apenas nove são S/A de capital aberto. A empresa Telecomunicações de Rondônia S/A foi adquirida pela empresa OI S/A, dessa forma, foi considerada as informações publicadas apenas da OI S/A.

3.3.1 Técnica de Análise de Conteúdo

Com base na identificação das oito empresas que contemplam os critérios necessários para compor a amostra (conforme Quadro 9: Escopo de Pesquisa); foi

realizado o levantamento da divulgação que as empresas publicavam, ou seja, as demonstrações financeiras obrigatórias e o Balanço Socioambiental (BSA) voluntário. Para as empresas que publicavam o BSA foram identificadas quais das normativas (NBC; ISO, GRI) auxiliaram nas diretrizes de elaboração do relatório para efetuar a análise dos fatores de sustentabilidade, também chamado de *Triple bottom line*, ou seja, os aspectos econômicos, ambientais e sociais.

No Quadro 10 estão relacionados os procedimentos realizados para definição da empresa que compõem o escopo desta pesquisa.

Quadro 10: Etapas da escolha do Documento.

ETAPAS DO PROCEDIMENTO ESCOLHA DO DOCUMENTO
1. Solicitado da Junta Comercial (JUCER) a relação das empresas do tipo sociedade anônima (S.A) de capital aberto situadas em Porto Velho, Rondônia, Brasil.
2. O Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) das empresas listadas pela JUCER foram confrontados com as informações do sítio eletrônico da Receita Federal do Brasil (RFB).
3. As empresas identificadas nessa análise como S.A, capital aberto, ativa foram consultadas as demonstrações financeiras publicadas de 2014 no sítio eletrônico da Bolsa de Mercado & Futuro (BM&F).
4. Com base nas informações da Bolsa de Mercado & Futuro (BM&F) foram localizados os sítios eletrônicos de cada empresa e baixado as Demonstrações Financeiras de 2014 auditadas e, quando publicado, os Balanços Socioambientais.

Fonte: Elaborado pela autora

3.3.1.2. Elaboração de indicadores

Com base nos Balanços Socioambientais foi realizada a leitura dos documentos publicados para levantamento de indicadores publicados pelas empresas pesquisadas. Essa leitura sistematizou as informações de caráter geral e por dimensão econômica, social e ambiental (*triple bottom line*). Essa etapa foi realizada em duas esferas: primeiramente foram sistematizadas informações relativa a atuação da entidade em Porto Velho e as regulamentações que essa utiliza, assim como as informações relativa a atuação das empresa em Porto Velho, Rondônia. Posteriormente, foram levantadas as informações relativas às diretrizes utilizadas, conforme regulamentações discurridas no referencial teórico, a saber: Norma Brasileira de Contabilidade NBC-T-15 (1); *Global Reporting Initiative* GRI (2); *International Organization for Standardization* ISO 26.000 (3).

3.3.1.2. Tratamento dos dados brutos

A etapa seguinte, de caráter mais específico, consistia em levantar as informações que devem conter o Balanço Socioambiental, para tanto foi verificado se houve divulgação nos vértices apontados pela literatura, ou seja, geração e a distribuição de riqueza (a); os recursos humanos (b); a interação da entidade com ambiente externo

(c); e interação com o meio ambiente (d); interação da entidade com parceiros para atuar no meio externo (e).

Para sistematizar essas informações triou-se por dimensão da seguinte forma: dimensão econômica, para tanto se realizou um levantamento dos dados da Demonstração do Valor Adicionado (DVA); dimensão social, foram sistematizadas as informações sugeridas pela NBC-T15; dimensão ambientais, foi clivada as informações sugeridas pela mesma normativa.

Para realização dessa tarefa foram realizados os procedimentos descritos no Quadro 11

Quadro 11: Procedimentos por etapas da tarefa análise do Balanço Socioambiental

Etapa da tarefa	Sub-Etapas	Descritiva dos procedimentos
1. Pré-análise	1.1 Escolhas de documento	1.1.1 Identificação do Balanço Socioambiental publicado das empresas de Porto Velho, Rondônia.
	1.2 Elaboraões de indicadores	1.2.1 Leitura das informações contidas nesses Balanços com base na NBC-T 15 gerando indicadores para pesquisa proposta.
2. Exploração de material	2.1 Tratamentos de dados brutos	2.1.1. Sistematização da divulgação realizada
3. Tratamento do Resultado	3.1 Inferência	3.1.1 análise comparativa simples
	3.2 Interpretação	3.2.1 Será realizado com a técnica de triangulação

Fonte: Elaborado pela autora.

3.3.2 Técnica Estudo de Campo

A segunda etapa caracteriza-se por codificação onde os indicadores serão apresentados aos respondentes para discussão de suas percepções. Vale considerar nesta tarefa as prevalências destas informações como elementos a serem capturados do Balanço Socioambiental, em uma investigação validada. É aqui que merece o ingresso e a participação dos *stakeholders* para, por meio de testes, comprovar o mérito técnico e científico desta pesquisa.

3.3.2.1 Seleção dos Stakeholders

A clivagem social é uma segregação realizada dos grupos. Os resultados reunidos serão caracterizados conforme o modelo de classificação de *Stakeholders* de Mainardes (et al. 2011). Essa proposta é estabelecida com base na influência mútua entre as partes, a saber: o *stakeholder* e a organização.

Para a medição das influências foram realizados dois questionamentos: primeiro escala da influência do *Stakeholder* sobre a organização e posteriormente uma escala da influência da organização sobre o *stakeholders* sob o ponto de vista do pesquisado.

Ambas as perguntas tinham escalas de 5 pontos. Nas Figura 5 e Figura 6 apresenta-se a escala utilizado no questionário aplicado na pesquisa.

Figura 5: Escala da influência do *stakeholders*

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 6 escala de influência da organização para o *stakeholders*, utilizada na pesquisa.

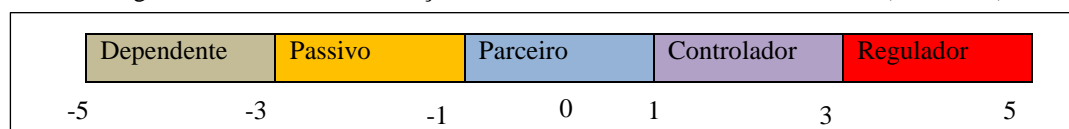
Figura 6: Escala da Influencia da Organização

Fonte: Elaborado pela autora.

Para analisar os resultados efetuou-se a operação da diferença entre os resultados e converteu o resultado para a escala de classificação do Mainardes (et al. 2011), para tanto utilizou-se o fator 5/4 para transformação de acordo com fórmula $(A-B) \cdot (5/4)$. O resultado foi aplicado na escala proposta pelo autor.

A figura 7 apresenta a escala utilizada.

Figura 7: Escala de classificação dos *Stakeholders* conforme Mainardes (et al 2011)



Fonte: Elaborado pela autora.

No Quadro 12 segue a definição dos *stakeholders* segundo Mainardes (et al. 2011).

Quadro 12: Definição do *stakeholders* segundo Mainardes

Clivagem	Descritores
Regulador	Sua influência sobre a organização leva a determinar a ação independente da vontade da organização.
Controlador	Quem comanda a relação com a organização
Parceiro	Influencia equilibrada entre as partes. Atuam em conjunto.
Passivo	É comandado pela organização. Aceita as decisões da organização.
Dependente	Sem poder influenciar a organização. Depende da organização para suprir suas demandas

Fonte: Baseado em Mainardes (et al. 2011)

A aplicação dessa formula sob o grau de influencia exercida possibilitou a clivagem dos *stakeholders* e as respectivas correlações das respostas realizadas para análise da pesquisa.

3.3.2.2 Elaboração do questionário

O questionário foi elaborado com base no referencial teórico, ou seja, os dados preferenciais foram sistematizados da orientação das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC-T15) e da análise efetivada do Balanço Socioambiental; a etapa seguinte é a avaliação dos *stakeholders* sobre os elementos apontados na Teoria da Divulgação buscando estabelecer a concordância ou não desses elementos para posterior comparação da prática de divulgação realizada pelas empresas estudadas.

3.3.2.3 Amostra

Para realizar essa etapa foi definido que seriam pesquisados os *stakeholders* das organizações da amostra de análise do Balanço Socioambiental que destacam a atuação em Porto Velho. Como nenhuma empresa evidenciou sua atuação foi buscada a empresa que destaca a atuação em Rondônia. Considerando esse critério, a empresa referenciada foi a JBS/S.A, pois se enquadrou no perfil pré-definido, e com base nela os pesquisados se identificaram como *stakeholders*.

Os dados foram disponibilizados na rede mundial de computadores através do formulário elaborado pelo sistema Google Forms. Essa pesquisa ficou disponível no período de 25 de agosto de 2015 à 08 de setembro de 2015, sendo considerado todos os respondentes que acessaram o formulário, como também foi realizado in loco na cidade de Porto Velho junto aos acadêmicos, aos gestores públicos situados no Centro Político e Administrativo, aos fornecedores de gado que foram retirar guia de transporte de animal (GTA) na Unidade Local de Sanidade Animal e Vegetal (ULSAV), e aos colaboradores da JBS S/A filial Porto Velho; por fim todos os *stakeholders* citados no Balanço Socioambiental da JBS S/A foram contactados por email e/ou sites oficiais que mantem na rede de internet e/ou redes sociais que estabelecem relação de comunicação com o público em geral.

A pesquisa contou com a amostra de 396 pessoas, sendo que 361 aceitaram voluntariamente responder o questionário de pesquisa.

3.3.2.3 Tratamento do resultado bruto

Nessa etapa foram analisadas as percepções e interpretação dos atores sociais que participaram da pesquisa. Para tanto, foram crivados as visões interpretativas dos *stakeholders* sobre as prevalências informacionais e sua percepção sobre os elementos de divulgação dos Balanços Socioambientais.

Os procedimentos executados estão descrito no Quadro 13.

Quadro 13: Procedimentos por etapas da tarefa Pesquisa com *Stakeholders*

Etapas da tarefa	Sub-Etapas	Descritiva dos procedimentos
1. Pré-análise	1.1 Escolhas de documento	1.1.1 Formulário estruturado e entrevista de roteiro estruturado
	1.2 Elaboraões de indicadores	1.2.1 Traçar o perfil do questionário 1.2.2 Estruturar indicadores nas dimensões <i>do triple bottom line</i> com base na NBC-T 15 1.2.3 estruturar indicadores com base na teoria da divulgação
2. Exploração de material	2.1 Tratamentos de dados brutos	2.1.1 sistematização das respostas obtidas 2.1.2 ordenação por elementos preferenciais do Balanço Socioambiental e compreensão da Teoria da Divulgação
3. Tratamento do Resultado	3.1 Inferência	3.1.1 Análise simples da percepção dos <i>stakeholders</i> frente ao formulário estruturado
	3.2 Interpretação	3.2.1 Realizado na técnica de triangulação, no objetivo 3.

Fonte: Elaborado pela autora.

3.3.3 Técnica da Triangulação

Nessa etapa foram consideradas as Teorias: do *Stakeholders* para caracterizar os respondentes, e da Divulgação para caracterizar a percepção dos *Stakeholders* sobre a divulgação do Balanço Socioambiental praticado na atualidade, estabelecendo uma relação dessa divulgação com os conceitos apresentados no referencial teórico que estabelecem as vertentes de Responsabilidade Social Corporativa buscando compreender os paradigmas de gestão que desafiam a inovação e seus processos.

A contabilidade é destacada por Lopes (2010); Martins (2010) (apud Rocha, Nascimento, Pereira e Bezerra, 2010) citando como um instrumento para redução da assimetria informacional, pois são mecanismos de divulgação das ações organizacionais de forma transparente, sendo essa a base informacional objeto de interpretação.

No Quadro 14 é sistematizado os procedimentos realizados utilizando a técnica de triangulação.

Quadro 14: Procedimentos por etapas da tarefa triangulação entre os objetivos

Etapas da tarefa	Sub-Etapas	Descritiva dos procedimentos
1. Pré-análise	1.1 Escolhas de documento	1.1.1 Análise dos Balanços Socioambientais 1.1.2 Formulário estruturado e entrevista de roteiro estruturado
	1.2 Elaboraões de indicadores	1.2.1 Estruturar indicadores nas dimensões do tripe bottom line
2. Exploração de material	2.1 Tratamentos de dados brutos	2.1.1 Confrontar com as preferencias dos <i>stakeholders</i> 2.1.2 Confrontar com fatores econômicos do DVA.
3. Tratamento do Resultado	3.1 Inferência	3.1.1 Análise simples da percepção dos <i>stakeholders</i> frente a divulgação realizada 3.1.2 Análise simples da Responsabilidade Social Corporativa
	3.2 Interpretação	3.2.1 Análise interpretativa dos dados coletados realizando um crivo de consistência e comparabilidade dos indicadores 3.2.2 análise interpretativa da tendência das respostas com base no perfil dos <i>stakeholders</i>

Fonte: Elaborado pela autora.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para estudar a funcionalidade do Balanço Socioambiental para os *stakeholders* de empresas tipo Sociedade Anônima (S.A) situadas em Porto Velho, Amazônia, Brasil; e elencar os principais indicadores de sustentabilidade normatizados utilizou-se o método de análise de conteúdo com a finalidade de identificar os indicadores utilizados pelas empresas nas divulgações do Balanço Socioambiental publicadas. Em seguida foi realizado um estudo de campo para levantar as preferencias informacionais dos *stakeholders*. E através de abordagem qualitativa de natureza funcionalista utilizou da técnica de triangulação para estabelecer uma análise aprofundada das publicações efetivadas pelas organizações do tipo Sociedade Anônima de capital aberto frente às preferencias informacionais dos *stakeholders*.

Os subitens que seguem abordam a sistematização e análise dos dados, tendo como base o referencial teórico que compõem a primeira etapa dessa pesquisa.

4.1 Os principais elementos de sustentabilidade divulgada nos Balanços Socioambientais das empresas de Sociedade Anônima, capital aberto, situadas em Porto Velho, Rondônia, Amazônia, Brasil.

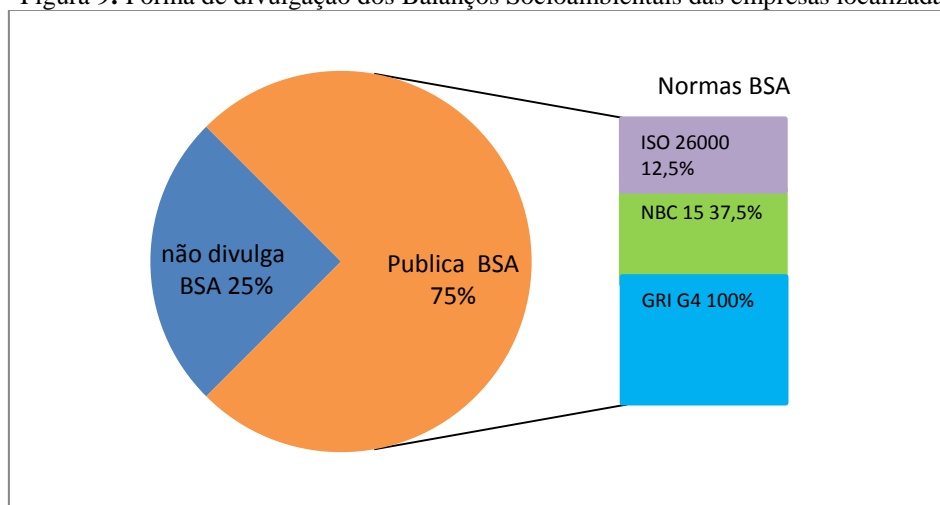
As empresas brasileiras do tipo Sociedade Anônimas (S/A) de capital aberto são normatizadas pela Lei 6.404/76 e suas alterações e tem obrigação de publicar o Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, a Demonstração de Fluxo de Caixa, Demonstração da Mutação do Patrimônio Líquido e a Demonstração do Valor Adicionado. Essa legislação converge com as normas internacionais de contabilidade, salvo a obrigatoriedade do Demonstrativo do Valor Adicionado.

Esse demonstrativo compõem informações do Balanço Socioambiental das empresas que voluntariamente o publicam como uma evidência de Responsabilidade Social Corporativa. Nessa pesquisa, foram levantadas as empresas S/A situadas em Porto Velho conforme demonstrativo da Junta Comercial de Rondônia (JUCER) e da Secretaria da Receita Federal (SRF).

Quando se discute sustentabilidade organizacional são estabelecidas dimensões conhecidas como *triple bottom line*: econômica, social e ambiental, que serão alinhadas na perspectiva de gerar uma relação responsável e de alteridade entre os *stakeholders* e as organizações. Permeando esses temas centrais as organizações utilizam o Balanço Socioambiental elaborando-o conforme as normativas estabelecidas pelo CFC, CPC, GRI e ISO que sugerem indicadores que tratam das dimensões desse tripé. As normas NBC-T15 e CPC 09 concentram as informações de natureza quantitativa apesar de estabelecer orientativo para notas explicativas sobre as respectivas informações divulgadas. A norma GRI-G4 traça informações de natureza qualitativa apontando indicadores para comparabilidade. A ISO 26000 apresenta diretrizes para a responsabilidade social.

Na Figura 9: Forma de divulgação dos Balanços Socioambientais das empresas localizadas em Porto Velho se demonstra em forma de gráfico o percentual de empresas dessa pesquisa que publicam o BSA e as diretrizes utilizadas por tipo de normativa adotada, conforme sistematização apresentada no Quadro 15 (acima).

Figura 9: Forma de divulgação dos Balanços Socioambientais das empresas localizadas em Porto Velho



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Identificou-se que todas as empresas já tinham publicado as Demonstrações Financeiras relativas ao ano de 2014, que contabilmente é chamado de exercício social. O BSA é publicado por 75% das empresas, sendo que a empresa Lojas Renner S/A tinha publicado o relatório de 2013, as demais informações referem-se a 2014. Considerando as diretrizes utilizadas para elaboração do BSA todas as empresas utilizam o GRI-G4, duas empresas declaram utilizar a NBC-T15 apesar de que a Tractebel Energia S/A elabora um Balanço Social com praticamente todas as

informações orientadas da NBC-T15. A ISO 26.000 é declarada apenas pela Souza Cruz S/A. Destaca-se que todas as empresas pesquisadas que publicam Balanço Socioambiental utilizam o GRI G4.

Devido às empresas terem abrangência nacional foi pesquisado o tipo de informação que a mesma divulgava sobre sua atuação na localidade de Porto Velho, o que não foi constatado. É possível identificar em três empresas a atuação em Rondônia dentro de uma proposta de crescimento e exploração, eixo econômico; e uma empresa estabelece que os dados da regional de Rondônia compõem a base de cálculo do volume de água para o indicador do GRI, eixo ambiental. O Quadro 16 está sistematizado apenas as empresas que divulgam sua atuação em Rondônia.

Quadro 16: Empresa que registram a atuação em Rondônia

EMPRESA S/A	Rondônia	
	Divulgação	Tipo de divulgação
JBS S/A	Informa unidade	<p>Cita no BSA: p. 29 “A JBS Brasil contava ao final de 2014 com 47 unidades produtivas e centros de distribuição nos estados (....) Rondônia” p. 61: no quesito compra responsável de Matéria-prima: Bovinos esclarece que 35 mil estão localizadas na Amazônia Legal, entre os estados cita Rondônia. p. 76 no quesito desempenho ambiental esclarece que cargas de caminhões saem da unidade instalada em Rondônia p. 78: na Unidade Cacoal (RO) a JBS Couros desenvolveu solução para reduzir o consumo de energia. p. 81 – Pimenta Bueno (carnes): Reaproveitamento da água e retrolavagem dos filtros. “São Miguel do Guaporé (carnes): instalação de bicos redutores de água nos lavatórios das mãos” Cita na DF: P. 45 – no item atividades no Brasil, na controladora que “A Companhia explora o segmento de abate, frigorificação de carne bovina, industrialização de carnes, subprodutos de carnes e conservas, em 52 unidades industriais localizadas nos Estados (....) Rondônia.” “A Companhia tem forte atuação na atividade de curtimento de couro, destinando a maior parte de sua produção à exportação nos segmentos de couro moveleiro, automotivo, calçadista e artefatos, nos estágios de “Wet Blue”, Semi Acabado e Acabado. A estrutura é composta de 20 unidades industriais localizadas nos Estados de (....) Rondônia”</p>
OI S/A	Informa unidade	<p>Cita na página 89 do BSA: Para elaboração do G4-EN8: Total de retirada de água por fonte, para realizar o cálculo de 2014 do consumo de água por fonte (M³) foi considerado informações de Rondônia. Cita na página 36 das DF: “É uma concessionária do STFC e atua desde julho de 1998 na Região II do PGO, que abrange os estados</p>

EMPRESA S/A	Rondônia	
	Divulgação	Tipo de divulgação
		brasileiros de (...) Rondônia”
TRACTEBEL ENERGIA S/A	Informa unidade	Cita na página 13 do BSA e 35 das DF : “parcela importante do crescimento é a participação de 40% da GDF SUEZ na Usina Hidrelétrica Jirau, em Rondônia.”

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Considerando que não há registro pelas empresas S/A de capital aberto das atuações locais, em Porto Velho, e que as ações realizadas em Rondônia tem o enfoque basicamente econômico, foi realizado um levantamento das ações que essas empresas realizam em prol do bioma Amazônico. Segundo o sitio eletrônico do Instituto de Pesquisa Ambiental Amazônico (IPAM) “A floresta Amazônica representa um terço das florestas tropicais do mundo, além de conter mais da metade da biodiversidade do planeta.”, segundo o IPAM essa região concentra 20% da água doce do planeta, e apesar de cobrir 7% da superfície terrestre, contém mais da metade da biodiversidade do mundo.

O Quadro 17 está relacionado apenas as empresas que informam atuação na Amazônia conforme publicação dos Balanços Socioambientais pesquisados.

Quadro 17: Empresa que registram a atuação na Amazônia

EMPRESA S/A	Amazônia	
	Divulgação	Tipo de programa ou produto
BANCO BRADESCO S.A	Informa	Cita no BSA: P. 56: Produto Pé Quente Bradesco Amazonas Sustentável – Título de capitalização que repassam valores para instituições ligadas à conservação ambiental. P. 57: Cartão Socioambiental da Fundação Amazonas Sustentável (FAS) P. 103: Fundação Amazonas Sustentável: missão de valorizar a Floresta Amazônica e oferecer qualidade de vida às comunidade, com atuação nas Unidades de Conservação do Estado do Amazonas.
JBS S/A	Informa	Cita no BSA p. 72: Programa Novo Campo - práticas sustentáveis de produção em fazenda de pecuária na Amazônia; projeto piloto ocorreu em Alta Floresta e Cotriguaçu (MT)

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Em face dessas empresas atuarem na região amazônica buscou-se identificar quais os produtos são específicos para a região, como essa região contribui para a inovação dos processos e produtos da organização. No quadro acima se identifica projetos pilotos que pode apontar para a inovação organizacional devido a atuação na Amazônia.

4.1.1 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Econômica

Considerando o panorama traçado das publicações das organizações que atuam em Porto Velho, a partir desse tópico serão categorizadas as dimensões *triple bottom line* com base na natureza da informação organizacional, portanto a Dimensão Econômica é tratada como a movimentação econômica financeira gerada. Para levantamento dos dados foi analisado o Demonstrativo do Valor Adicionado (DVA), que no Brasil é obrigatório e segue as orientações do Comitê de Pronunciamento Contábil, descritos no CPC 09.

No Quadro 18 são apresentados os valores publicados nas demonstrações financeiras de 2014 das empresas pesquisadas.

Quadro 18: Resumo do Demonstrativo do Valor Adicionado (DVA) estabelecendo o percentual sobre a receita

Empresa	Receitas ¹	PERCENTUAL SOBRE A RECEITA			
		Insumos Terceiros	Valor Adicionado Bruto	Valor Adicionado Líquido	Valor Adicionado a Distribuir
Banco Bradesco S.A	119.499.991,00	10%	36%	33%	34%
Souza Cruz S/A	16.827.689,00	18%	82%	81%	82%
Oi S/A	40.854.212,00	36%	64%	38%	41%
Gafisa S/A,	2.325.677,00	72%	28%	25%	32%
Lojas Renner S.A.	6.681.739,00	49%	51%	48%	49%
Jbs S/A	27.287.588,00	76%	24%	22%	53%
Tractebel Energia S/A	4.884.269,00	37%	63%	55%	64%
Ser Educacional S.A.	386.229,00	17%	83%	78%	118%
Totais	218.747.394,00				92.898.559,00

¹Valores Expressos em Reais Mil

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Valor total de receitas com vendas registrados nos demonstrativos DVA de todas as empresas que atuam em Porto Velho totalizam R\$ 218 bilhões de reais, dessa riqueza as empresas distribuíram em média 42%, ou seja, R\$ 92 bilhões de reais. Desse valor é realizada a distribuição entre colaboradores, governo, capital de terceiro e capital próprio, conforme demonstração em percentual no quadro abaixo.

No Quadro 19 é estabelecida a relação em percentual do valor adicionado a distribuir (VAT) das organizações.

Quadro 19: Resumo em percentual da distribuição da riqueza conforme Demonstrativo do Valor Adicionado

		PERCENTUAL SOBRE VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR			
EMPRESA	VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR (VAT) ¹	Pessoal	Impostos	Capital de terceiro	Capital Próprio
BANCO BRADESCO S.A	40.134.135,00	32%	28%	2%	38%
SOUZA CRUZ S/A	13.811.431,00	5%	81%	2%	12%
OI S/A	16.884.640,00	15%	59%	52%	-26% ²
GAFISA S/A,	755.273,00	29%	30%	47%	-6% ²
LOJAS RENNER S.A.	3.284.860,00	21%	51%	14%	14%
JBS S/A	14.426.003,00	18%	16%	52%	14%
TRACTEBEL ENERGIA S/A	3.147.862,00	8%	29%	6%	57%
SER EDUCACIONAL S.A.	454.355,00	30%	8%	15%	47%

¹Valores Expressos em Reais Mil

²As empresas apresentaram prejuízo.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

O principal elemento contábil que caracteriza o ganho ou perda econômica da empresa é conhecido como lucro ou prejuízo. Das empresas pesquisadas a Oi e Gafisa apresentam prejuízo no exercício de 2014. Os valores distribuídos pelas entidades pesquisadas destaca-se que para Governo, em forma de impostos, foram distribuídos mais de 50% da riqueza gerada das empresas, como pode ser percebido na Souza Cruz (81%), Oi (59%) e Lojas Renner (51%). Já a distribuição realizada ao Capital de Terceiro foi acima de 50% pela JBS e Oi, ambas no montante de 52%. Cabe esclarecer que segundo a CPC 09 esse valor é relativo aos pagamentos ou obrigações aos financiadores externos e inclui Juros de despesas financeiras capitalizadas no período, alugueis inclusive arrendamentos e remunerações que configurem transferências de riqueza a terceiros como royalties, franquia, direitos autorais, entre outros. Para o item Capital Próprio, que segundo a CPC 09 deverá constar os valores remunerados aos sócios e acionistas, apenas a Tractebel Energia distribui acima de 50%. Observa-se que o percentual distribuído para os colaboradores, no máximo, atinge 31% da riqueza gerada, conforme se observa no Banco Bradesco.

4.1.2 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Social

Para organização dessas informações foi estabelecido os indicadores propostos nas Normas Brasileira de Contabilidade (NBC T15), considerando que o objetivo das demonstrações contábeis é fornecer informações das entidades que sejam úteis aos seus usuários, quando da tomada de decisão ligada ao fornecimento de recursos para a entidade (CPC, 2012), e no caso dessa normativa é evidenciar informações de natureza social da entidade.

Outrossim, as informações das demonstrações devem conter características qualitativas fundamentais, que no sumário do Comitê de Pronunciamento Contábil (CPC) de 2012 define como a Relevância que se relaciona com a influência de uma informação na tomada de decisão; e Representação Fidedigna correlaciona-se com os atributos de informação completa, neutra e livre de erro. O mesmo CPC destaca que as informações devem ter características qualitativas de melhoria, pois essas melhoram a utilidade da informação, a saber: comparabilidade; verificabilidade; tempestividade e compreensibilidade.

Dessa forma, considerando que apenas duas empresas pesquisadas – OI S/A e Lojas Renner S/A utilizam a NBC T15 como base de divulgação das informações sociais, utilizou-se essa normativa para realizar o levantamento das informações divulgadas pelas entidades que publicam o Balanço Socioambiental – Banco Bradesco S/A, Souza Cruz S/A; JBS S/A e Tractebel Energia S/A sabendo que essas utilizam as diretrizes propostas pela *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Ainda na perspectiva social, para análise desse item foi considerada as informações propostas pelos vértices do Balanço Socioambiental que conforme orientações a NBC-T15, no item 15.1.2 estão subdivididos como: Recursos Humanos e; a Interação da entidade com o ambiente externo,

4.1.2.1 Indicadores dos Recursos Humanos

Nesses indicadores são considerados “dados referentes à remuneração, benefícios concedidos, composição do corpo funcional e as contingências e passivos trabalhistas da entidade” (NBC T-15, item 15.2.2.1). Para cada abordagem desse indicador, será tratado em sub-tópicos.

Dados de Remuneração

As remunerações brutas são os salários pagos livres de descontos. No Quadro 20 foram sistematizadas as informações publicadas por tipo de relação empregatícia, a saber: empregados, administradores, terceirizados e autônomos.

Quadro 20: Dimensão Social Remuneração Bruta

ASPECTO ANALISADOS REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS CONCEDIDOS (NBC T15)		B1.1) Remuneração Bruta			
		Empregados	Administradores	Terceirizados	Autônomos
ÍNDICE GRI		G4-10	G4-10	G4-10	
Banco Bradesco	QUANT.	95.520	10.703	11.718	não cita
Souza Cruz S/A	QUANT.	** relatos quantitativo com várias bases (anos, peso ...) de organização.			
OI S/A	QUANT.	16.262	2.033	159.277	não cita
Lojas Renner S/A ¹	QUANT.	14.139	1.178	Dado não monitorado	não cita
JBS S/A	QUANT.	Cita o gasto geral de R\$ 10.113.201 mil			
Tractebel S/A	QUANT.	1.011	123	830	não cita

¹Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

No aspecto de remuneração bruta, demonstrado no Quadro 20, identifica-se que as empresas divulgam o quantitativo de funcionários que tem por relação empregatícia. O montante da remuneração bruta foi divulgado pelo Banco Bradesco S/A no total de R\$ 6,4 bilhões para os empregados. Ademais, as informações relativas aos autônomos não são sistematizadas pelas empresas pesquisadas.

Benefícios Concedidos

Os benefícios concedidos fazem parte da remuneração indireta dos colaboradores e fazem parte do numerário pago pelas empresas aos colaboradores.

No Quadro 21 estão sistematizados os benefícios classificados como comuns e diferenciados determinado pela NBC-T15.

Quadro 21: Dimensão Social - Principal gastos com Recursos Humanos realizados pelas entidades

ASPECTO ANALISADOS REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS CONCEDIDOS (NBC T15)		Gastos					
		Encargos Sociais	Alimentação	Previdência Privada	Saúde	Capacitação e desenvolvimento profissional	Creches ou auxílio-creches
ÍNDICE GRI			g4-la2	g4-la2	g4-la2	g4-la2	g4-la2
Banco Bradesco	quant.						
	valor gasto total (r\$)	2,4 bilhões	1.203,8 bilhões	622,8 milhões	762,4 milhões	144,7 milhões	88,6 milhões
Souza Cruz S/A	quant.	Considera os gastos de 22,8 milhões libras esterlinas em Treinamento, Segurança do Trabalho, Meio Ambiente e Instalações Físicas.					
	valor gasto total (r\$)						
OI S/A	quant.					270.345h	
	valor gasto total (r\$)	480.851 mil	176.821 mil	60.253 mil	134.120 mil	8.326 mil	11.572 mil
Lojas Renner S/A ¹	quant.						
	valor gasto total (r\$)	78.572 mil	28.994 mil	0	29.600 mil	10.316 mil	366 mil
JBS S/A	quant.	* informa qualitativamente					
	valor gasto total (r\$)						
Tractebel S/A	quant.			1755		75.386 h	
	valor gasto total (r\$)	53.694 mil	13472 mil	36.355 mil	15.595 mil	5 milhões	145 mil

¹Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Os benefícios concedidos pelas organizações e informados de acordo com as diretrizes da GRI estão em forma descritiva e pulverizada em vários momentos do relatório, sendo o índice um auxílio para localizar e sistematizar a informação. A quantidade de pessoas beneficiada não é especificada, ficando o indicador de gastos por funcionários prejudicados.

Outros Benefícios Concedidos

Existem benefícios que são considerados flexíveis como o incentivo educacional e cultura, os vales transportes representam uma antecipação salarial que a empresa contribui em conjunto com o funcionário. Por fim a segurança e medicina no trabalho

vêm garantir melhores condições laborais para os colaboradores. No Quadro 22 consta a sistematização desses benefícios divulgados no BSA.

Quadro 22: Dimensão Social - gasto com Recursos Humanos apenas divulgados pelas empresas que informam o Balanço Social

ASPECTO ANALISADOS REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS CONCEDIDOS (NBC T15)		Gastos				
		Transporte	Segurança e medicina do trabalho	Educação (excluídos os de educação ambiental)	Cultura	Outros
ÍNDICE GRI		g4-la2	g4-la2	g4-la2	g4-la2	
OI S/A	Valor Gasto (R\$)	45.537 mil	11.912 mil	-	-	28.792 mil
Lojas Renner S/A ¹	Valor Gasto (R\$)	16.030 mil	1.039 mil	425 mil	250 mil	não cita
Tractebel S/A ²	Valor Gasto (R\$)	4.207 mil	4.302 mil	747 mil	não cita	1.556 mil

¹Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.
²Tractebel S/A não divulga o uso da normativa NBCT15, mas publica informe de Balanço Social contendo várias informações solicitada na normativa

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Os gastos com transporte, segurança e medicina do trabalho, educação, cultura e outros são divulgados apenas pelas empresas que elaboraram o Balanço Socioambiental nas diretrizes na NBC-T15.

Relação Salarial

A informação da relação entre a maior e a menor remuneração da entidade, considerando os empregados e os administradores, é realizada apenas pela Tractebel Energia S/A, o qual destaca a variação salarial de 20,3.

As diretrizes do GRI conforme o indicador G4-EC5 orientam a informação da relação entre o menor salário pago por região e o salário mínimo nacional. Todas as entidades que utilizam a normativa NBCT15 (Lojas Renner S/A e OI S/A) e a Tractebel Energia publicaram essa informação.

No Quadro 23 está sistematizada a relação salarial.

Quadro 23: Relação entre do menor salário pago pelas entidades e o salário mínimo

ASPECTO ANALISADOS REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS CONCEDIDOS (NBC T15)		Diferença entre o salário pago e o SALARIO MÍNIMO, por região. No caso foram considerados os valores de Rondônia	Valor do Salário Mínimo Brasileiro (R\$)
ÍNDICE GRI		G4-EC5	
OI S/A	Relação	1,38	724,00 ³
Lojas Renner S/A ¹	Relação	1,82	678,00 ⁴
Tractebel S/A ²	Relação	1,00	724,00 ³

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.
² Tractebel S/A não divulga o uso da normativa NBCT15, mas publica informe de Balanço Social contendo várias informações solicitada na normativa
³ Salário Mínimo vigente a partir de 01.01.2014 conforme decreto 8.166/2013
⁴ Salário Mínimo vigente a partir de 01.01.2013 conforme decreto 7.872/2012

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Como a Lojas Renner S/A publicou o BSA referente ao exercício de 2013 foi acrescido nesse quadro o valor do salário mínimo nacional. Novamente apenas as empresas que utilizam a NBCT15 publicam essas informações, e entre essas empresas a Tractebel utiliza a base de salário mínimo, mas esclarece que apenas para estágios da empresa.

Participação nos Lucros

Nesse item de benefício concedido consta também a participação nos lucros ou resultados (PLR) dos funcionários nas empresas, o que equivale ao índice G4-10 das diretrizes do GRI.

No Quadro 24 consta a sistematização da PLR conforme Balanços Socioambientais publicados.

Quadro 24: Partição nos Lucros ou Resultados dos funcionários

ASPECTO ANALISADOS REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS CONCEDIDOS (NBC T15)		Participações nos Lucros ou Resultados (PLR) – R\$
ÍNDICE GRI		G4-10
Banco Bradesco	Valor Gasto Total (R\$)	1.256,4 milhões
Souza Cruz S/A	Valor Gasto Total (R\$)	Não cita
OI S/A	Valor Gasto Total (R\$)	287.764,00
Lojas Renner S/A¹	Valor Gasto Total (R\$)	29.084 mil
JBS S/A	Valor Gasto Total (R\$)	Não cita
Tractebel S/A	Valor Gasto Total (R\$)	45. 409 mil

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Nas revistas da área organizacional esse benefício é considerado o mais valioso para os colaboradores, pois corresponde a um ganho proporcional ao lucro ou resultado da empresa naquele exercício social. A NBC-T15 não propõe especificamente esse benefício, mas deixa na normativa a possibilidade das empresas ampliarem a divulgação. Das empresas pesquisadas 66% publicam a concessão desse benefício.

Composição do Corpo Funcional

Essa composição é possível identificar como está composto o quadro de funcionários das organizações traçando informações sobre as minorias. Vale salientar nesse tópico o conceito de minorias tratado por Monteiro (et al. 2000?) na perspectiva antropológica, que estabelece uma ênfase qualitativa na distinção de subgrupos marginalizados. Os autores destacam que eles podem até ser a maioria em termos quantitativos, mas são minimizados socialmente no contexto nacional.

No Quadro 25 está sistematizada as informações sobre o quantitativo de funcionários categorizado conforme proposta da NBC-T 15 e as diretrizes da *Global Reporting Internacional* (GRI).

Quadro 25: Composição geral do quadro funcional

ASPECTO ANALISADOS COMPOSIÇÃO DO CORPO FUNCIONAL		GRI	Banco Bradesco	Souza Cruz S/A	OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	JBS S/A	Tractebel S/A
			QUANTIDADE					
Empregados	a) Final do Exercício	G4-10	95.520	6,6 mil	18.295	15.317	116.823	1.134
	b) Admissões	G4-10	6.798	não cita	não cita	7700	não cita	47
	c) Demissões	G4-10	9.400	não cita	5116	8246	42016	43
Estagiários	d) final do Exercício	G4-10	1.198	não cita	670	10	22 ²	28
Empregados portadores de necessidades especiais	e) final do Exercício	G4-10	2.045	não cita	não cita	242	não cita	29
Prestadores de serviços terceirizados	f) final do Exercício	G4-10	11.718	não cita	159277	0	não cita	830
Empregados acima de 45 anos		G4-10				1.008		461

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

² Considerado a informação de Trainee

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Relação de Gênero

Na perspectiva de gênero a maioria das empresas informa a proporção de homens e mulheres, exceção apenas da Souza Cruz S/A. Entretanto a mesma informação relativa ao quantitativo que ocupa cargo de chefia só ocorre com as empresa que utilizam ou se baseia pela norma NBC T15, acrescidas da informação de sobre a etnia negra.

A partir do quadro 26 até o quadro 41 optou-se por colorir as células (linhas e/ou colunas) para melhor visualização da diferenciação da informação divulgada nos Balanços Socioambientais. Dessa forma, as células azuis representam descrição qualitativa; as células verdes valores em numerário; laranjas informações de quantidade; vermelhas informações tipo percentual ou taxa; cinzas informes de conceito qualitativo; lilás outro tipo de abordagem não contemplada na legenda.

A sistematização da composição de gênero e etnia está demonstrada no Quadro 26.

Quadro 26: Composição por gênero e etnia

ASPECTO ANALISADOS COMPOSIÇÃO DO CORPO FUNCIONAL		Empregados por sexo		Cargos de chefia por sexo		
		Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	NEGROS
GRI		G4-10	G4-10			
Banco Bradesco	Quant	48.279	47.241	Não citou	Não citou	Não citou
Souza Cruz S/A	Quant	Não citou	Não citou	Não citou	Não citou	Não citou
OI S/A	Quant	6.423	11.872	621	1.313	Não existe declaração formal
	Percentual ³	Não citou	Não citou	25%	75%	
Lojas Renner S/A ¹	Quant	10.938	4.379	Não citou	Não citou	4.068
	Percentual ³	Não citou	Não citou	55,70%	44,32%	0,79%
JBS S/A	Quant	48.262	68.561	Não citou	Não citou	Não citou
	percentual ³	41%	59%	Não citou	Não citou	Não citou
Tractebel S/A	Quant	171	963	16 ²	107	Não existe declaração formal
	Percentual	Não citou	Não citou	13%	Não citou	

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

² (a) No relatório de sustentabilidade a Tractebel S/A, na p. 77 declara que tem 16 mulheres na gerência, mas na p. 94 declara 13% das mulheres ocupam chefias, contudo se calcularmos $16/171 \times 100$, chega-se no percentual de 9%. Não se sabe a base da informação.

³ Percentual sobre o montante total de empregados por gênero e/ou Etnia.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

As empresas que seguem a NBC-T15 tanto divulgam o quantitativo de empregados por gênero como a composição da chefia por sexo. Salvo a Souza Cruz que não realiza essa divulgação as demais apresentam um gráfico da composição por gênero dos colaboradores, por região, unidade ou outra representação que compreenda ser significativa.

Faixa Etária

As informações sobre a composição discriminada por faixa etária de idade são passíveis de comparabilidade, mas não há consistência, ou seja, os métodos aplicados para mensurar são diferentes. Inicialmente as faixas etárias utilizadas mudam dependendo da diretriz que a empresa utiliza para estabelecer a divulgação, ou seja, se é NBC-T15 ou se é GRI, conforme demonstrado nos Quadro 27 e Quadro 28. Para as empresa que divulgam com base na NBC-T15 uma utilizou informação quantitativa e outra de percentual. Quando se analisa essa informação dentro da própria entidade é possível identificar as mudanças, mas quando se estabelece um comparativo essa informação entre organização se dificulta a confrontação de dados.

No quadro 27 a relação da faixa etária conforme diretriz da NBC-T15.

Quadro 27: Faixa Etária conforme diretrizes NBC-T15

Norma NBC-T15		OI S/A	Lojas Renner S/A ¹
Empregados por faixa etária	menores de 18 anos	22,80%	753
	de 18 a 35 anos	62,90%	11.592
	de 36 a 45 anos	14,20%	2.093
	de 46 a 60		843
	acima de 61 anos		36

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

As empresas que seguem as diretrizes da NBC-T15 estabeleceram a informação com bases diferentes: percentual e quantidade. Nessa proposta de faixa etária a maioria dos colaboradores está na faixa entre 18 a 35 anos.

No Quadro 28 está sistematizado as informações conforme a diretriz do GRI, observa-se inicialmente que as faixas etárias são diferentes das utilizadas na NBC-T15, mas nota-se uma flexibilidade da diretriz GRI considerando que a OI e Lojas Renner utilizam dessa diretriz e divulgaram conforme a norma NBC-T15 sem gerar ressalvas ou esclarecimentos por parte da GRI.

Quadro 28: Faixa Etária conforme diretrizes GRI

Diretrizes GRI		Banco Bradesco	JBS S/A	Tractebel S/A	Souza Cruz S/A
Empregados por faixa etária	até 29	47.976	46.742	241	não cita
	de 30 a 50 anos	40.484	59.799	656	não cita
	acima 50	7060	10.282	237	não cita

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

As empresas que seguem a diretriz da GRI informaram de forma consistente, no Banco Bradesco a maioria está na faixa até 29 anos e na JBS e Tractebel na faixa seguinte de 30 a 50 anos.

Grau de Escolaridade

Por fim, sobre as informações relativa a formação escolar do corpo funcional, apenas as empresas que seguem a normativa NBC-T15 divulgam esses dados nos Balanços Socioambientais, conforme demonstrado no Quadro 29.

Quadro 29: Grau de escolaridade do Corpo Funcional.

ASPECTO ANALISADOS COMPOSIÇÃO DO CORPO FUNCIONAL		OI S/A	Lojas Renner S/A ¹
Empregados por escolaridade	Analfabetos	0	0
	Ensino Fundamental	95	655
	Ensino Médio/Técnico	8.752	13.272
	Ensino superior	7.578	1.226
	Pós-graduados	1.870	164

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Para as empresas que publicaram a informação identifica-se que as Lojas Renner S/A apresenta a maioria dos seus colaboradores com ensino médio, ficando a suposição da natureza da operação da empresa que é o comércio. Na OI, empresa de serviço, apesar da maioria dos colaboradores terem ensino médio, praticamente tem o mesmo número de funcionários com ensino superior. Ressaltasse não existir colaboradores analfabetos.

Contingência e Passivos Trabalhistas

Esse tópico do relatório visa informar o passivo trabalhista, ou seja, as obrigações que a empresa reconhece provenientes de ações trabalhistas ou do seu quadro de colaboradores. O Balanço Socioambiental na resolução NBC-T15 divide as informações em quantitativa, ou seja, estabelece um inventário dos processos movidos e o julgamento efetivado desses; e informações financeiras quanto as indenizações pagas.

Inventário dos Processos Trabalhistas

No Quadro 30 apresenta o inventário quantitativo dos processos trabalhistas que as empresas enfrentam. Essa divulgação é realizada apenas pelas empresas que seguem as diretrizes da NBC-T15.

Quadro 30: Inventários dos processos trabalhistas

Processos Trabalhistas		OI S/A	Lojas Renner S/A ¹
a) Movido contra a entidade	QUANT.	42.981	2.574
b) Julgados Procedentes	QUANT.	0	203
c) Julgados Improcedentes	QUANT.	0	105

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Essa é uma informação quantitativa, mas na Loja OI S/A foi divulgado que os julgados procedentes e improcedentes totalizam zero. Essa divulgação é complementada pela informação seguinte de indenização.

Indenização dos processos trabalhistas

O Quadro 31 retrata os valores numéricos pagos pelas organizações provenientes de processos trabalhistas por determinação da Justiça.

Quadro 31: Valor de indenização dos processos trabalhista e contingenciais.

Valor das Indenizações	GRI	Banco Bradesco		OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	JBS S/A
		QUANT	TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)	QUANT.
Valor total de indenizações e multas pagas por determinação da justiça			488.300 mil	ZERO	3.913 mil	* cita indenização p. 89, mas em conjunto com outros indicadores.
Processos administrativos	G4-LA16	294	2.486 mil	não houve		
Assédio Moral	G4-LA16	29	1.057 mil	não houve		

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Algumas empresas que seguem as diretrizes do GRI (indicador G4-LA16) realizam esse tipo de divulgação, destaca-se o Banco Bradesco que informa também processos administrativos e assédio moral. A JBS S/A nas informações financeiras sobre o EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*) apresenta uma linha sobre Reestruturação, reorganização, doações e indenização no montante de R\$ 745,5 milhões, contudo não estratifica e nem esclarece o que seriam essas indenizações o que dificulta a análise devido consistência do dado.

Indicadores propostos pelo GRI

Os relatórios elaborados com base nas diretrizes do GRI trazem várias informações qualitativas e apresentam indicadores sobre as questões sociais, principalmente com foco nos colaboradores que são interessantes para posterior análise da gestão de uma determinada empresa. Ocorre que esses dados são particularizados por entidade, ou seja, quando se procura o mesmo indicador em outro segmento que utiliza as diretrizes do GRI há uma dificuldade de analisa-los devido a consistência, ou seja, aplicação de métodos diferentes de elaboração do dado. Por exemplo, proporção do

salário médio entre o gênero feminino e masculino (indicador G4-LA13), essa divulgação foi realizada pelo Banco Bradesco S/A e OI S/A; Licença Maternidade e Paternidade quantitativo que teve direito, utilizou, retornou e permaneceu na empresa (indicador G4-LA3), apenas o Banco Bradesco publicou essa informação.

Existem indicadores proposto pelo GRI que é possível a comparabilidade na maioria das empresas avaliadas, devido ao índice, contudo o processo de análise é prejudicado devido à informação não ser padronizada, ou seja, falta de consistência, conforme demonstrado no Quadro 32

Quadro 32: Indicador de Saúde e Segurança no Trabalho – diretriz GRI

Indicador de Saúde e Segurança no trabalho (LA5)		Banco Bradesco	Souza Cruz S/A	OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	JBS S/A	Tractebel S/A	
Acidentes	Com afastamento	não citou	17	não citou	48	1752	próprio	terceiro
	sem afastamento					1253	13	13
	redução		25%		não citou	não citou	não citou	não citou

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

O Banco Bradesco e a OI S/A (33%) apesar de seguirem as diretrizes da GRI não divulgaram essa informação. Apesar das especificações encontradas para divulgação de com afastamento e sem afastamento 50% (JBS S/A, Souza Cruz S/A e Tractebel S/A) divulgam dessa forma, sendo que a empresa Tractebel S/A segrega apenas para o acompanhamento com terceiros que essa realiza; e a empresa Souza Cruz S/A divulga apenas os com afastamento. As Lojas Renner S/A e Tractebel S/A para os funcionários próprios informam o montante de com e sem afastamento. Apenas a Souza Cruz S/A apresenta o percentual de redução de um ano para outro. Qualitativamente todos descrevem nesse índice a política que estão implantam para a salvaguarda de seus colaboradores.

Outros Indicadores do GRI

No quadro abaixo segue os indicadores da GRI sistematizados, mas que não foi possível a análise dos dados devido a falta de consistência.

Quadro 33: Indicadores GRI dimensão social

INDICADOR	Sub-indicador	nº indicador
SAUDE E SEGURANÇA NO TRABALHO		LA5
Acidentes	Com afastamento	LA5
	Sem afastamento	LA5
Doença Ocupacional	Total	LA5
	% EM RELAÇÃO AO QUADRO	LA5
Lesões (taxa)	Com afastamento	LA6
	Masculino	LA6
	Feminino	LA6
	Sem afastamento	LA6
	Terceiros	LA6
	TOTAL	LA6
	% EM RELAÇÃO AO QUADRO	LA6
Dias perdidos	Acidente	LA7
	Masculino (tt dias)	LA7
	Feminino (tt dias)	LA7
	Terceiros (tt dias)	LA7
	TOTAL DIAS	LA7
	Taxa de dias perdidos (FATOR 200.000)	LA7
Óbitos	Acidentes típicos	LA7
	Acidente de trajeto	LA7
	Próprio	LA7
	Terceiro	LA7
Investimento	Prevenção acidente	LA7
CIPA – Comissão Interna de Prevenção de Acidente		
CIPA		
Colaboradores		
ABSENTEÍSMO		
Dias com falta		g4-la6
Taxa (fator 200.000) oi utiliza tt dos colaboradores		g4-la6
Taxa (fator 1 milhão) Calculo conforme NBR 14280		g4-la6
% de Absenteismo		g4-la6
NEGOCIAÇÃO COLETIVA		
Total funcionário cobertos		G4-11
Temas cobertos		LA8

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Identifica-se um quantitativo considerável de informação que podem ser estabelecidas várias suposições de análises sobre o desempenho administrativo da organização, entretanto não há consistência da metodologia utilizada ou uniformidade, tem empresas que informam das unidades, outras do grupo. A análise de dados tem um grau de complexidade.

Clima Organizacional

O clima organizacional é uma avaliação que as empresas realizam que indica a satisfação de seus colaboradores em trabalhar na organização. Devido ao destaque das Lojas Renner S/A na carta de administração publicada nos Balanço Socioambientais do indicador Clima Organizacional esse dado foi sistematizado, no Quadro 34 para comparabilidade e análise.

Quadro 34: Indicadores Clima Organizacional

	Banco Bradesco	Souza Cruz S/A	OI S/A	Lojas Renner S/A¹	JBS S/A	Tractebel S/A
Clima organizacional	78%	75%	Não localizado	90%	REALIZA PESQUISA P. 57	Não localizado
Engajamento	Não cita	80%		85%		

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Entre as empresas pesquisadas 66% registram que realizam a pesquisa, sendo que 50% disponibilizam o percentual. Observou-se que 33% disponibilizam em conjunto com a pesquisa de clima organizacional o percentual de engajamento, mas não esclarecem ao que se refere.

Indicadores Interação da entidade com o ambiente externo

Esse indicador trata das informações sociais relativas à relação da entidade com o ambiente externo, sendo considerado os seus clientes, fornecedores, concorrentes e os investimentos que são realizados na sociedade tais como patrocínio para cultura, esporte e educação, incluindo incentivos para estabelecer essa relação. Esses tópicos foram divididos em sub-tópicos para detalhamento nesta pesquisa.

Destaca-se que na NBCT15 o investimento relativo a esporte e lazer não podem ser destinados à publicidade das ações da empresa.

Investimentos e incentivo

Esse indicador estabelece informações dos investimentos sociais que as empresas estabelecem para a sociedade. A norma NBC-T15 orienta a sistematização desses investimentos designados de interação com a comunidade. A GRI organiza essa informação através do indicador G4-EC4, no Quadro 35 é organizado os montantes de investimentos das empresas pesquisadas.

Quadro 35: Indicador de investimentos realizados conforme NBCT15

ASPECTO ANALISADOS INTERAÇÃO COM A COMUNIDADE		GRI	Souza Cruz	OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	JBS S/A	Tractebel S/A
			TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)	TOTAL (R\$)
Investimentos	a) Educação (exceto as de caráter ambiental)	G4-EC4	1.068 mil ²	17.748 mil	703 mil	7,9 milhões	1.887 mil
	b) Cultura	G4-EC4	não citou	53.212 mil	2.962 mil	não citou	12.629 mil
	c) Saúde e saneamento	G4-EC4	não citou	141 mil	0	não citou	não citou
	d) Esporte e lazer (*patrocínios de caráter publicitário NÃO se enquadram)	G4-EC4	não citou	22.481 mil	730 mil	não citou	1.319 mil
	e) Alimentação	G4-EC4	não citou	334 mil	não citou	não citou	não citou
	f) Outros	G4-EC4	não citou	9.728 mil ³	7.101 mil	não citou	3 mil
Tributos (excluídos encargos)		G4-EC4	não citou	não citou	1.092.337 mil	não citou	1.196.191 mil

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

² Souza Cruz S/A: Valor composto por R\$ 614 mil – projeto jornada escolar ampliada; e R\$ 454 mil projeto saber.

³ OI S/A: Valor composto por R\$ 5.326 mil sustentabilidade e R\$ 4.402 mil em estrutura administrativa

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Percebe-se que todas as empresas realizam investimento na área de educação, no caso da empresa Bradesco esse valor foi informado em conjunto com o investimento em esporte não sendo possível segrega-los e registrar na tabela acima. Apenas as empresas

que utilizam a norma NBC-T15 publicam as informações detalhadas dos investimentos e comparando com as diretrizes dela para a divulgação pode-se identificar que empresas acrescentaram os sub-tópico: Outros e Tributos excluídos os encargos.

Indicadores GRI

No indicador da GRI aglutinado sob a numeração G4-EC4, as entidades organizaram também a informação relacionada aos investimentos que fazem, mas aglutinado em recursos próprios e incentivados. As empresas que tem Fundação destacam o recurso destinado a essa entidade, assim como o valor por projetos apoiado pela empresa. No Quadro 36 consta a sistematização sob o índice G4-EC4 das empresas pesquisadas.

Quadro 36: Indicador de investimentos realizados conforme GRI

INVESTIMENTO INCENTIVADO		Banco Bradesco	OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	Tractebel S/A
Assistência financeira recebida do governo	G4-EC4	213.012 milhões	59.308 mil	Apesar do indicador propor informação sobre assistência financeira recebida do governo, nesse indicador traz uma descritiva da expansão que a empresa projeta até 2021.	13.773 mil
Apoio institucional com recurso próprio	G4-EC4	150.892 milhões	43.861 mil		4.142 mil
Projeto	G4-EC4	30.995 milhões	não citou		não citou
Fundação	G4-EC4	520.277 milhões	não citou		não citou

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Destaca-se a objetividade da informação, sendo bem interessante para tomadas de decisão e compreensão do aporte financeiro ao ambiente externo na perspectiva governamental e os investimentos diretos. As empresas que seguem a diretriz da GRI-G4 constatou-se que 66% delas foi possível localizar o índice que aglutina essa informação. Ocorre que a empresa Lojas Renner S/A apresenta uma descritiva de expansão que a empresa projeta até 2021.

Clientes

O cliente é considerado na literatura da administração e em especial no marketing como o elemento chave das empresas, alguns autores citam como a razão de existir das organizações. O fato é que muitas empresas implantam o Sistema de Atendimento ao Cliente (SAC), assim como o Pós-Venda, de forma a melhorar o atendimento e o grau de satisfação do seu público consumidor.

A NBCT15 sugere a sistematização dessa informação como um indicador da relação da empresa com o ambiente externo, direcionado a ação efetiva que a empresa estabelece com a clientela. Para essa informação cada empresa aponta a política que implanta para acompanhamento dessa satisfação sendo possível a comparabilidade dos dados e visão do usuário externo sobre os resultados das práticas adotadas. Aliás, nas organizações pesquisadas há sempre uma descritiva qualitativa sobre a política utilizada pela organização.

Interação com o cliente

Na atualidade há prática organizacional das empresas disponibilizarem um Sistema de Atendimento ao Cliente (SAC). As instituições financeiras são obrigadas pelo BACEN a instituir uma ouvidoria, que é uma instância de comunicação entre as organizações e os clientes, que entre outras finalidades objetiva mediar conflitos. No Quadro 37 é organizado os dados apresentados pelas empresas pesquisadas sobre esse indicador.

Quadro 37: Indicador de interação com os clientes

ASPECTO ANALISADOS INTERAÇÃO COM OS CLIENTES			Banco Bradesco	OI S/A		Lojas Renner S/A ¹	Souza Cruz S/A	JBS S/A	Tractebel S/A
			Quant.	Quant.	outro indicador	outro indicador	Quant.	Quant.	Quant.
Reclamações recebidas	a) diretamente na entidade	FP6 ou G4-DMA ou PR5	20.966	0	0,58% ³	96,9% ⁵	não citou	191 mil	0
	b) órgãos de proteção e defesa do consumidor	FP6 ou G4-DMA ou PR5	125.614 ²	366.723	não citou	não localizado	não citou	não citou	não aplicável
	c) Justiça	FP6 ou G4-DMA ou PR5	não citou	254.124	não citou	não localizado	4	não citou	0
Reclamações atendidas	d) instância arrolada	FP6 ou G4-DMA ou PR5	não citou	0	91,06% ⁴	não localizado	não citou	não citou	não citou

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.
² Banco Bradesco S/A: No GRI esse dado está como manifestação dos clientes, e no campo órgãos de proteção e defesa do consumidor foi considerado o Banco Central (BACEN)
³ OI S/A: Indicador de desempenho no *call center* (%) - reclamação recebida/base de cliente
⁴ OI S/A: Indicador de desempenho no *call center* (%) - reclamação solucionada em até 5 dias úteis
⁵ Lojas Renner S.A: Índice de satisfação do cliente de muito satisfeito e satisfeito. A empresa não tem SAC, implantou o encantômetro em 1996 onde acompanha a satisfação apontada.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

O processo de análise é dificultado pela questão da consistência, ou seja, cada empresa utiliza um método para informar sobre o mesmo dado, por exemplo, se analisar as informações relacionadas às reclamações recebidas diretamente na entidade a Loja

Renner S/A apresenta o encantômetro, ou seja, o índice de satisfação do cliente; a Oi S/A apresenta o indicador de desempenho do *call center*, as demais empresas informam a quantidade absoluta salvo a Souza Cruz que não informa. Apenas a Oi S/A informa todos os tópicos propostos.

Numerários devido a indenização

Ainda com relação à interação da empresa com o cliente há a sistematização dos valores de multas e indenizações, assim como as ações empreendidas em resposta as solicitações recebidas, conforme pode ser observado no Quadro 38.

Quadro 38: Indicador de gastos da interação com os clientes

ASPECTO ANALISADOS INTERAÇÃO COM OS CLIENTES		GRI	Banco Bradesco	Souza Cruz S/A	OI S/A		¹ Lojas Renner S/A
			Valor gasto (R\$)	Outros indicadores	Quant.	Outros indicadores	Valor gasto (R\$)
Multas e Indenizações	Determinadas por órgãos de proteção e defesa do consumidor	G4- PR9	9,4 Milhões	não citou	Não teve multas significativas	não citou	98.709,00
	Justiça		não citou	não citou	não citou	não citou	8.292.783,00
Ações empreendidas nas causas das reclamações (sanar ou minimizar)			não citou	Descritiva qualitativa ²	6,5	Índice de satisfação pesquisa eletrônica, meta 7 para 2015	não citou

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.
² Souza Cruz S.A: Na página 30 apresenta uma descritiva do decréscimo das ações empreendidas contra a empresa esclarecendo que cada ano essa redução chega 10%.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

Esse indicador pode ser dividido em dois tipos de informação numérica e informações qualitativas das ações. Publicaram essa informação quatro das empresas pesquisadas e somente a Oi S/A informou os dois aspectos, inclusive estabelecendo metas de satisfação para o próximo ano.

Indicadores GRI

Na perspectiva do cliente os relatórios elaborados com base nas diretrizes GRI apresentam dados sobre a qualidade do produto e a satisfação do cliente, mas novamente os dados não são passíveis de análise, pois cada organização utiliza a base de sistematização que melhor atende sua necessidade de divulgação.

No Quadro 39 tem a sistematização dos Gastos de interação com clientes proposto pela GRI.

Quadro 39: Indicador de gastos da interação com os clientes propostos pelo GRI

CLIENTE		OI S/A		Lojas Renner S/A ¹		JBS S/A		Tractebel S/A	
		Quant.	Descrição	Quant.	descrição	Quant.	descrição	Quant.	descrição
% PRODUTOS avaliados impacto	PR1	1.524 itens	recolhimento de aparelhos	não localizado		faz	indica um link	não localizado	
Total de casos de não conformidade	PR2	não localizado		Zero	não há	0		não localizado	
% Volume de produção certificada	FP5	não localizado		não localizado		51%		não localizado	
Pesquisa satisfação	PR5	7,18	residencial (regional RO)	96,90%	muito satisfeito e satisfeito	82%	Satisfeito	94,80%	satisfeito e muito satisfeito
		6,02	móvel (regional RO)					considera carteira de 172 clientes	
Status reclame	PR5	6,5	META 7	não localizado		BOM		não localizado	

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

Percebe-se que das empresas que publicam esse indicador, todas registram a pesquisa de satisfação do cliente, apesar de utilizarem metodologias diferentes, a Tractebel informa o percentual, mas aponta a carteira base que utiliza para estabelecer o percentual; a OI S/A estabelece um indicador de satisfação em forma da taxa e segrega pelos principais produtos, por regional e registra meta institucional; as outras empresas publicam o percentual de satisfação e denominam o conceito, onde o da Loja Renner S/A compreende os “muito satisfeito e satisfeito” e o da JBS compreende os “satisfeito”.

Outros Indicadores propostos pelo GRI

Os relatórios de sustentabilidade que seguem as diretrizes do GRI apresentam outros indicadores das relações das organizações com o ambiente externo tais como casos de violações de terras indígenas; contribuições financeiras realizadas a partidos políticos; ações judiciais relativa a concorrência desleal ou casos de monopólio e trustes; e percentual de novos fornecedores que se estabeleceu relação comercial.

No Quadro 40 contém a sistematização dos indicadores do ambiente externo proposto pelo GRIG4.

Quadro 40: Outros Indicadores do ambiente externos propostos pelo GRI

Indicador		Povos Indígenas	Políticas Públicas	Ações Judiciais	Fornecedores
		TT caso violação	Valor da Contribuição financeira partidos	Concorrência desleal - truste e monopólio	% novos fornecedores
GRI		HR8	SO6	SO7	SO9
Banco Bradesco	Quant.	não localizado	Justifica que faz conforme a lei	não localizado	não localizado
OI S/A	Quant.	4		2	
	Descritiva	Descrição de plano de reparação junto da FUNAI	não realiza	não divulga valores	não localizado
Lojas Renner S/A ¹	Descritiva	Trata do código de conduta de ética	Destaca sua participação política de forma associativa	Apesar de existir o indicador no índice do GRI não foi localizada descritiva	Traz descritiva
JBS S/A	Quant.	0	Faz	0	
	Descritiva	Realiza Georreferenciamento das terras	indica busca no site TSE		não localizado
Tractebel S/A	Quant.	1	6,2 milhões		
	Descritiva	MPF-Goiás, onde a Tractebel ofereceu estudo e esta sob análise da FUNAI		não houve registro	não realiza avaliação

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

Analisando os indicadores não se identifica um padrão de base ou valores para cada indicador, dessa forma a confrontação fica prejudicada assim como uma análise sobre o cenário. Cada organização estabelece sua forma de sistematizar e divulgar a informação.

4.1.3 Elementos da Sustentabilidade: Dimensão Ambiental

Os indicadores que retratam a dimensão ambiental podem ser divididos em dois grupos, o primeiro são os investimentos realizados na própria entidade, diretamente nos

recursos naturais e/ou em educação ambiental; e o segundo são dados relacionados com questões judiciais tanto quantitativas quanto em numerários, os valores financeiros podem contabilmente serem registrados como provisões no passivo das empresas.

4.1.3.1. Dimensão ambiental indicador de investimento e gasto

No Quadro 41 apresenta os valores destinados pelas empresas a ações ambientais sejam internamente, relacionados com a melhoria operacional da entidade; seja externamente, relacionado com ambientes degradados. Podem apontar também recursos destinados à educação ambiental ou outros projetos vinculados a área ambiental.

Quadro 41: dimensão ambiental investimentos realizados

Investimento e gastos		GRI	Souza Cruz S/A	OI S/A	Lojas Renner S/A ¹	JBS S/A		Tractebel S/A
			Quant.	VALOR GASTO (R\$)	VALOR GASTO (R\$)	observação	VALOR GASTO (R\$)	VALOR GASTO (R\$)
a) manutenção nos processos operacionais para MELHORIA do meio ambiente		EN33	33 milhões de libras esterlinas ²	15.821.813 mil	3.645 mil	Valor acumulado desde 2011 p. 73	42,8 milhões	29.641 mil
b) preservação e/ou recuperação de ambiente DEGRADADO		EN31	310 hectares	915 mil	122 mil	Não distingue a melhoria da preservação	36 milhões	não localizado
c) Investimento e gastos com educação ambiental	C1) Empregados		não localizado	não localizado	Zero	não localizado	não localizado	não localizado
	C2) terceirizados		não localizado	não localizado	Zero	não localizado	não localizado	não localizado
	C3) autônomos		não localizado	não localizado	Zero	não localizado	não localizado	não localizado
	C4) Administradores		não localizado	não localizado	Zero	não localizado	não localizado	não localizado
	C5) Comunidade		não localizado	780 mil	Zero	não localizado	não localizado	não localizado
e) outros projetos ambientais ³		EN31	não localizado	133 mil	140 mil	Inauguração de empresa de reciclagem p. 29	2,1 milhões	16.969 mil
Total de investimento e gastos				15.823.641 mil	3.907 mil			46.610 mil
% VAT (Valor Adicionado a distribuir)				93%	0,12%			1,48%

¹ Lojas Renner S.A os dados do Relatório são de 2013.

² Souza Cruz S.A: apresenta uma descritiva onde aponta dois ganhos econômico-financeiro com as questões ambientais, a saber: a) ganho 6 milhões libras esterlinas melhora da performance das máquinas e; b) economia 27 milhões libras esterlina com implantação projeto eficiência - redução base de dispêndio

³ Renner chamou de Compensação Ambiental

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

As informações relativas aos investimentos e gastos das empresas que se baseiam nas diretrizes da NBC-T15 estão expressos em valores na moeda corrente brasileira. Foi possível estabelecer uma relação entre os valores investidos com base no total de valor adicionado a distribuir (VAT). As empresas que utilizam as diretrizes do GRI há a divulgação de numerário, mas as bases para levantar o valor são diferentes, por exemplo, a empresa Souza Cruz informa que obteve ganhos com a implantação de projeto de eficiência e com investimento em melhoria no desempenho das máquinas que somam a quantia de 33 milhões de libras esterlina, ou seja, custo de oportunidade; por sua vez a empresa JBS não distingue o que é gasto em melhoria e investimento em preservação, e quando apresenta a informação sobre a manutenção a mesma está acrescida de dados desde 2011.

4.1.3.2. Dimensão Ambiental Dados com relação Judicial

Os dados relacionados com a questão judiciais foram informados pela empresa OI S/A conforme demonstrado no Quadro 42.

Quadro 42: dimensão ambiental: multas e indenizações

D1) ASPECTO ANALISADOS INTERAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE		GRI	OI S/A	
			QUANTIDADE	VALOR GASTO TOTAL (R\$)
D1.3) Processos movidos contra a entidade	F1) Ambientais		267	
	F2) administrativos			
	F3) judiciais			
D1.4) Multas e indenizações relativas á matéria ambiental	G1) administrativa	G4-N29		29.607 mil
	G2) judicialmente	G4-N29		
D1.5) Passivos e contingências ambientais				ZERO

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 nos Balanços Socioambientais

A empresa Bradesco S/A e Tractebel S/A informam que não houve multas e indenizações relativas á questão ambiental. Nas demais empresas pesquisadas não foram localizadas informações sobre esses indicadores.

4.1.3.3. Dimensão Ambiental outros indicadores do GRI

Além dos indicadores propostos pela NBC-T15 foi identificado informações divulgadas pelas empresas que utilizam as diretrizes do GRI tais como o consumo de água e energia, a emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE) e controle dos resíduos com a respectiva destinação. Contudo identifica-se novamente a falta de consistência, logo a dificuldade de análise, pois cada empresa desenvolve os dados dentro de sua estratégia organizacional, não havendo um padrão de apuração que possa auxiliar nos acompanhamentos dos *stakeholders*. Destaca-se nesse tópico que a empresa Bradesco S/A que não aparece nos quadros anteriores apresenta informação de cuidados ambientais dentro dessa perspectiva.

4.2 Balanço Socioambiental na percepção dos *stakeholder*

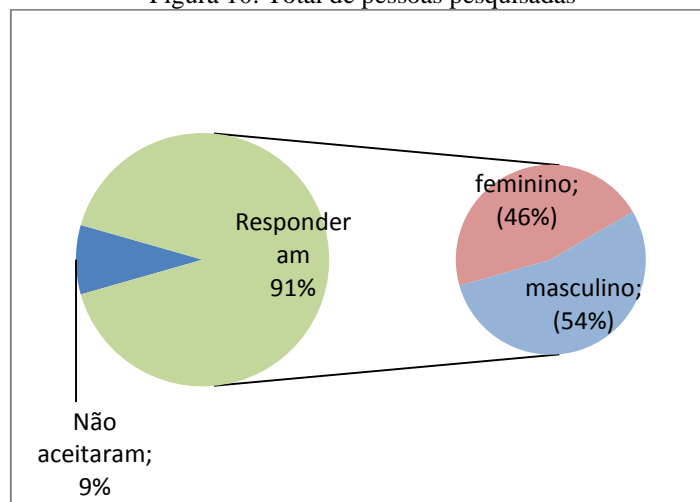
Para realizar essa etapa seguiu-se a metodologia proposta que primeiramente foi identificar quais das organizações da amostra de análise do Balanço Socioambiental destacam a atuação em Porto Velho, nesse caso a empresa referência foi a JBS/S.A, pois se enquadrou no perfil pré-definido na metodologia, e com base nela os pesquisados se identificaram como *stakeholders*. Considerando a empresa referência foi realizado uma pesquisa no período de 25 de agosto de 2015 à 08 de setembro de 2015, disponibilizada na rede mundial de computadores pelo link <http://goo.gl/forms/rCiXbBu5Gm>, como também foi realizado in loco na cidade de Porto Velho ao todo foram pesquisadas 396 pessoas os quais os dados serão tratados abaixo.

4.2.1 Perfil dos Stakeholders

A pesquisa contou com a participação de 396 pessoas, sendo que 361 aceitaram voluntariamente responder o questionário de pesquisa e 35 não aceitaram. Dessas 166 pessoas do gênero feminino e 195 do gênero masculino.

Na Figura 10: através do gráfico em pizza é elaborada a composição da amostra dessa pesquisa; assim como, a composição de gênero dos respondentes.

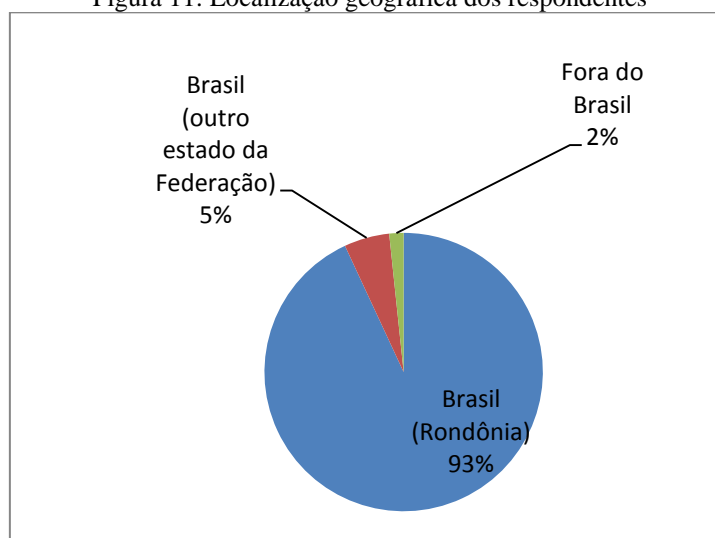
Figura 10: Total de pessoas pesquisadas



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Como a pesquisa estava disponível na internet e pelo fato da empresa referência ter abrangência mundial, se traçou o perfil da localização dos respondentes, sendo que 6 foram de pessoas que moram em outros países; 19 pessoas moram no Brasil, mas em outro estado da Federação; e 336 são respondentes situados no estado de Rondônia. Na Figura 11 apresenta-se o gráfico sobre essa localização.

Figura 11: Localização geográfica dos respondentes

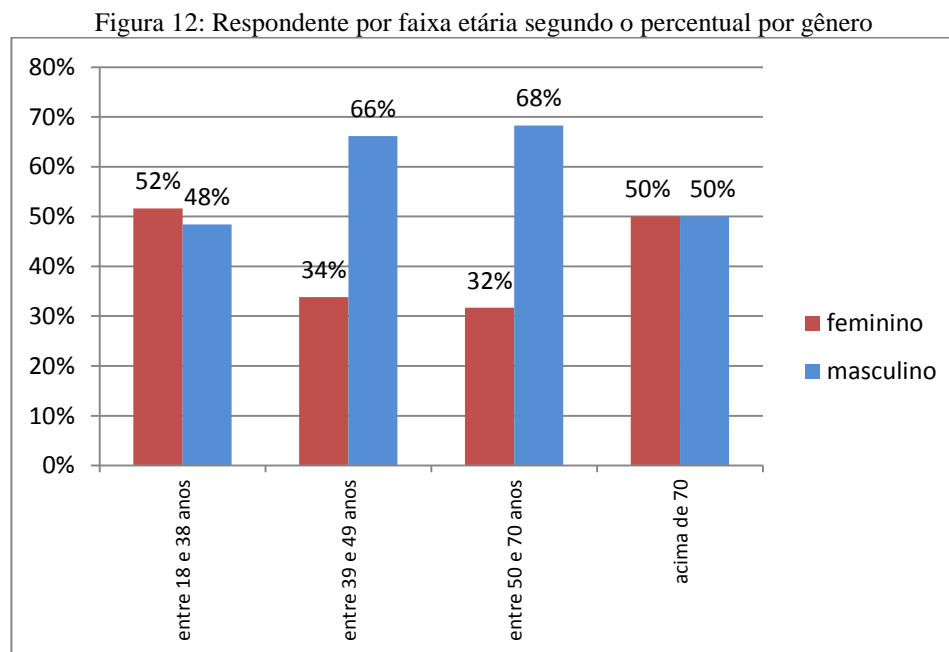


Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

A faixa etária dos respondentes foi elaborada conforme definição de geração da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2015). Para os nascidos entre 1977 e 2000 que estão na faixa dos 18 a 38 anos são considerados a geração X, nessa pesquisa eles correspondem a 70% dos pesquisados; a faixa dos 39 e 49 corresponde a geração Y e no caso dessa amostra equivale à 19% dos pesquisados; a faixa da geração *Boomers* corresponde a faixa de idade entre 50 e 70 anos e a pesquisa foi contemplada com 11%

dos respondentes, por fim 1% são pessoas acima de 70 que equivale a geração dos Veteranos.

Na Figura 12 apresenta-se o gráfico com a composição de gêneros por faixa etária de idade.



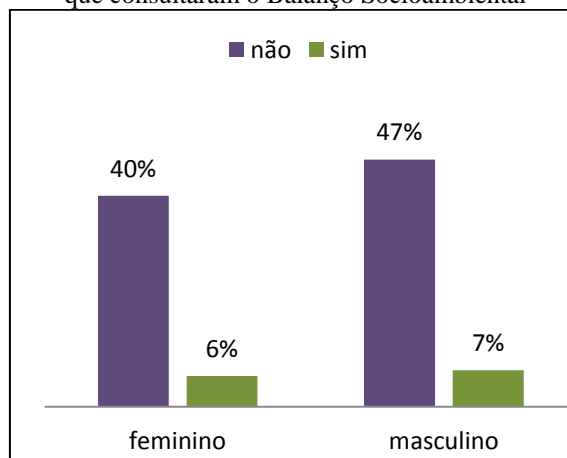
Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

A maioria dos respondentes (54%) se auto identificaram como do sexo masculino. Analisando essa relação de gênero por faixa etária apenas na geração x que o sexo feminino teve mais representatividade.

Na identificação dos que consultam o Balanço Socioambiental, 315 responderam que não consultam o Balanço Socioambiental e 46 consultam o Balanço, o que representa 13% dos pesquisados procuram conhecer o Balanço Socioambiental. Independente do respondente consultar o BSA as questões seguintes lhe foram oferecidas para se conhecer a importância dessas informações para o *stakeholders*.

Na Figura 13 é apresentado o percentual por gênero dos respondentes que consultam esse instrumento de divulgação das ações empresariais.

Figura 13: Percentual de respondentes por gênero que consultaram o Balanço Socioambiental

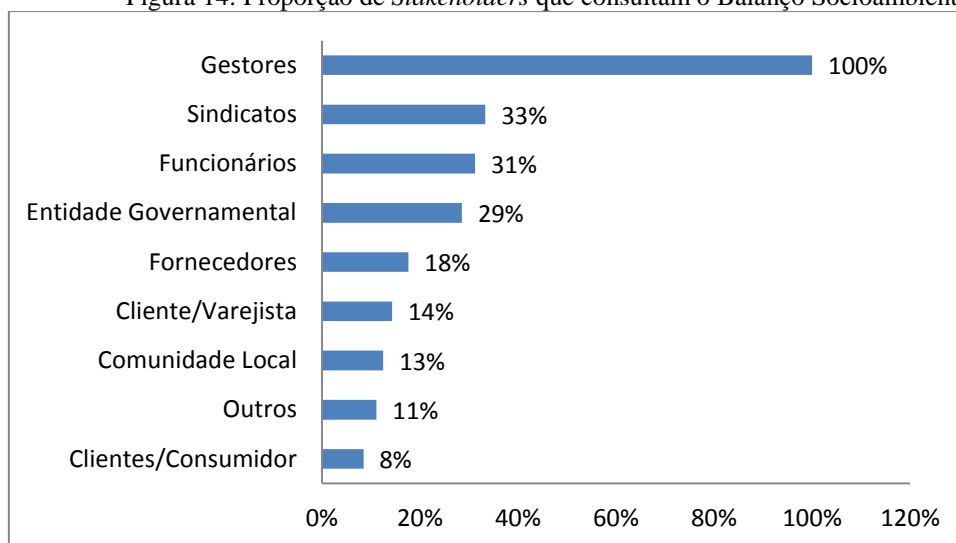


Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Um das suposições possíveis para o processo de consulta do Balanço Socioambiental é que não há uma divulgação junto aos *stakeholders* quanto aos relatórios elaborados.

Considerando que 13% consultam o Balanço Socioambiental foi verificado a proporção entre os consultados que avaliam esse instrumento de divulgação da empresa. Na Figura 14 elaborou-se um gráfico dos *stakeholders* que registraram consultas ao BSA de forma a se conhecer o perfil desses leitores.

Figura 14: Proporção de *Stakeholders* que consultam o Balanço Socioambiental

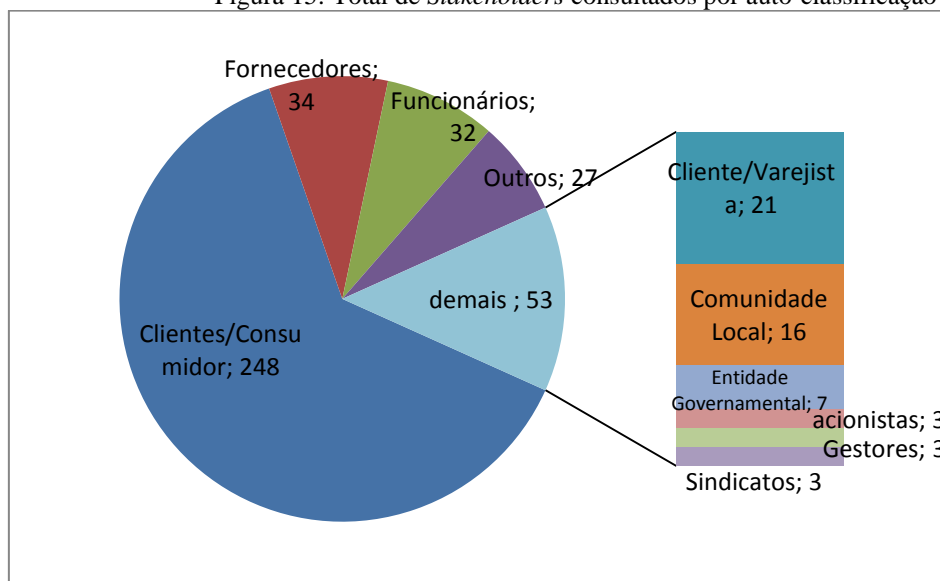


Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Identifica-se que todos os gestores consultaram o Balanço. Aproximadamente 30% dos Funcionários, das entidades governamentais e os sindicatos realizam a consulta dos Balanços Socioambientais. Os clientes/Consumidores que corresponde a maior cobertura dos pesquisados, totalizando 63% são os que menos realizam a consulta ao instrumento Balanço Socioambiental.

Os respondentes foram solicitados a se auto classificarem enquanto *stakeholders*. Nesse quesito eles poderiam ter mais de uma relação, por exemplo: poderiam ser comunidade local e Cliente/consumidor. Na Figura 15 o gráfico apresenta em números absolutos a composição do *stakeholders*.

Figura 15: Total de *Stakeholders* consultados por auto-classificação



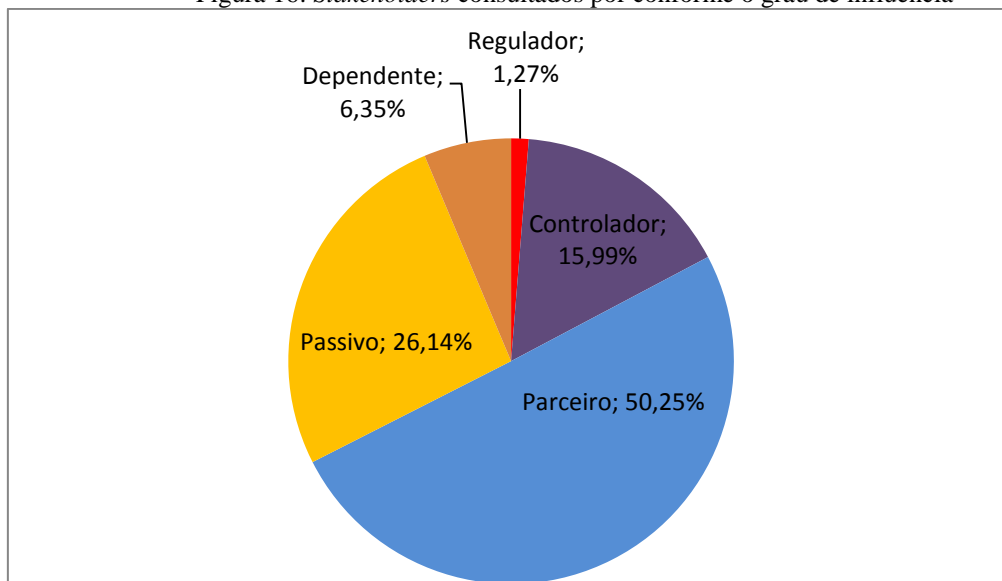
Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

A grande maioria dos respondentes são clientes consumidores que correspondem à 63% do universo pesquisado, os fornecedores, funcionários e outros correspondem respectivamente a 9%, 8% e 7%. Destaca-se aqui que a classificação outros foi uma opção no formulário para os respondentes que não se enquadravam nas clivagens determinadas, mas que se percebiam nessa relação de influencia.

Cada *stakeholders* estabeleceu a relação de grau de influencia que exerce sobre a empresa e que essa exerce sobre o pesquisado, segundo estudos realizados em Mainardes (et al. 2011). Dessa forma a pesquisa apresenta uma composição dos *stakeholders* considerando essa reciprocidade de relação.

Na Figura 16 é apresentado o gráfico em pizza da clivagem dos *stakeholders*.

Figura 16: *Stakeholders* consultados por conforme o grau de influencia



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os *Stakeholders*.

Metade dos respondentes (50,25%) apontaram a relação de influência correspondente ao tipo Parceiro o que significa uma influência equilibrada entre as partes e atuação em conjunto. Um pouco mais de um quarto dos respondentes apontam uma relação que o grau de influência corresponde a Passivo, ou seja, a influência é comandada pela organização, está na situação de acatar as diretrizes que organização aponta ou oferece.

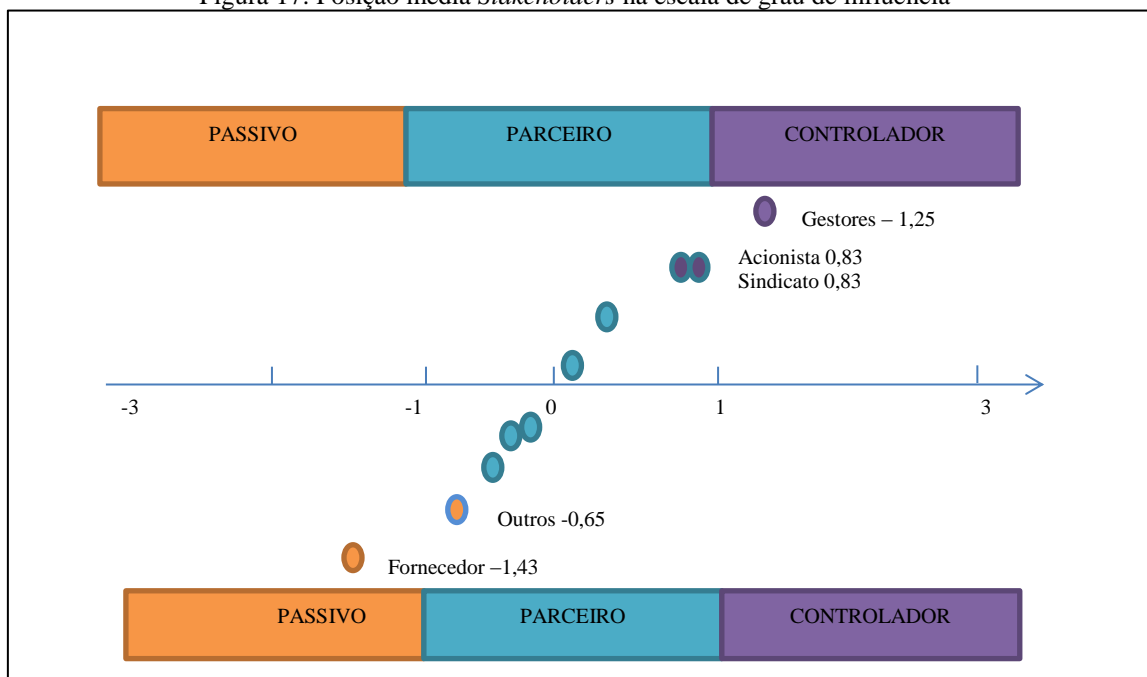
Em seguida temos os respondentes que pela relação de influência se enquadram como Passivo (26,14%). Essa classificação aponta que esse *stakeholders* entende que a organização está no comando das decisões, a organização determina o caminho e eles aceitam. A terceira clivagem estabelece a relação de Controlador (15,99%), ou seja, esses atores são o oposto do passivo, compreendem que eles comandam a organização.

As clivagens que os atores pesquisados menos se enquadraram foram Dependente (6,35%) e Regulador (1,27%). Ambas são justamente opostas no seu significado, os Dependentes se percebem sem nenhuma influência sobre a organização e dependem dela para suprir suas necessidades; já o Regulador determina a ação da organização independente da vontade dessa, cabendo-lhe cumprir as normas estabelecidas por esse *stakeholders*.

Foi efetuado o cruzamento entre a média do grau de influência por tipo de *stakeholders* conforme sua autoclassificação, dessa forma é estabelecida para cada clivagem de *stakeholders* a classificação média da influência.

Na Figura 17 demonstra-se a relação entre as duas escalas, onde as bolas correspondem às clivagens apontadas por Clarkson dispersadas conforme a métrica média do grau de influência. Com base no rótulo de enquadramento do grau de influência é possível identificar a posição correspondente do *stakeholders*.

Figura 17: Posição média *Stakeholders* na escala de grau de influencia



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Observa-se que pela média das respostas os gestores apontam o grau de influencia correspondente a clivagem de controlador, ou seja, quem comanda a relação com a organização. Os acionista e Sindicatos apesar do grau de influencia corresponder a de parceiro tende a clivagem de controlador, segundo a teoria esse ator é quem comanda a relação com a organização, ou seja, é quem estabelecer as diretrizes.

Por outro lado a média dos fornecedores corresponde a clivagem de passivo, ou seja, é comandado pela organização, aceita as decisões dessa. Nesse aspecto é interessante relatar que durante a pesquisa com esse grupo muitos apontaram o monopólio da JBS S/A localmente, influenciando o preço do gado na região, inclusive abaixo do mercado nacional. O *stakeholders* que se auto classificou como “outros” apesar de está na clivagem parceiro tende a resposta para o tipo de passivo.

No Quadro 43 é apresentada as clivagens utilizadas para definir o perfil dos stakeholders e a respectiva média das respostas por grau de influência.

Quadro 43: auto-classificação dos *Stakeholders* versus classificação por grau de influencia

STAKEHOLDERS	GRAU DE INFLUENCIA	MÉDIA DA INFLUENCIA
Fornecedores	Passivo	-1,43
Outros	Parceiro passivo	-0,64
Comunidade Local	Parceiro	-0,46
Clientes/Consumidor	Parceiro	-0,34
Funcionários	Parceiro	-0,23
Cliente/Varejista	Parceiro	0,05
Entidade Governamental	Parceiro	0,35
Acionistas	Parceiro Controlador	0,83
Sindicatos	Parceiro Controlador	0,83
Gestores	Controlador	1,25

Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Em resumo a pesquisa foi realizada com 361 respondentes, sendo a maioria do sexo masculino com 54%; a principal faixa etária contemplada equivale à geração X com 69%; a localização de 93% dos respondentes é no estado de Rondônia. Quanto a autoclassificação como *stakeholders* 63% se definem como clientes/consumidores e no tratamento da relação de influência 50,25% corresponde a clivagem de parceiro, ou seja, tem uma influencia equilibrada de forças entre as partes.

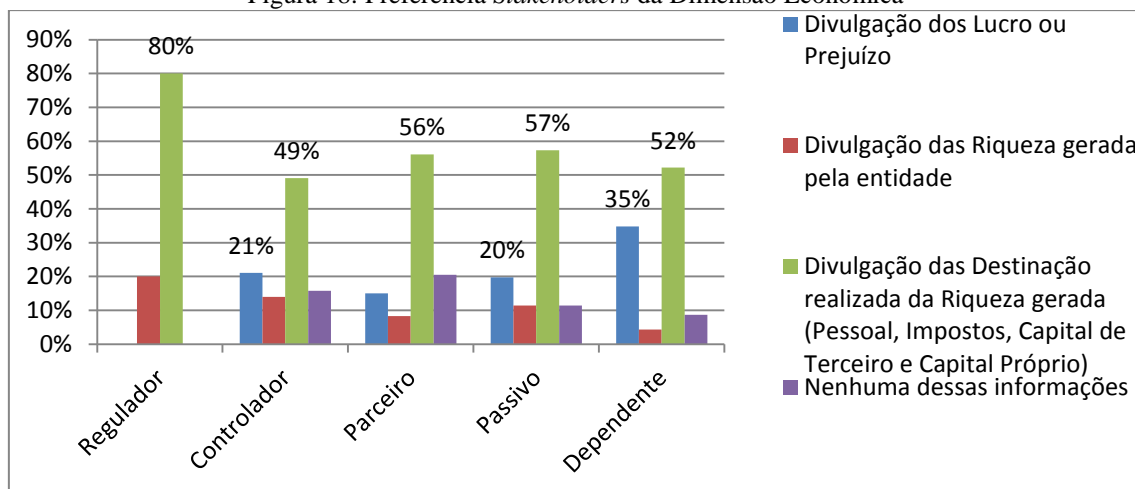
4.2.2 Preferencias Informacionais nas dimensões do triple bottom line

Com base na proposta de divulgação do Balanço Socioambiental da Norma Brasileira de Contabilidade NBC-T15 foram identificados na dimensão econômica, social e ambiental as informações propostas pela norma para divulgação das empresas. Essas foram submetidas para apreciação dos *stakeholders* apontar o dado preferencial, ou seja, a informação que esse considera significativa de divulgação ou o tipo de investimento que a empresa JBS S/A – empresa referencia para o *stakeholders* na pesquisa, poderia apoiar considerando sua atuação mercadológica. Os levantamentos das preferências foram estabelecidos com base na tipologia dos *stakeholders* que considera o grau de influencia.

Na dimensão econômica as informações sobre a destinação realizada da riqueza gerada pelas empresas é o principal indicador, sendo essa a preferencia de 55% dentre os pesquisados.

Na Figura 18 consta o gráfico com a preferência dos Stakeholders para a dimensão econômica.

Figura 18: Preferência Stakeholders da Dimensão Econômica

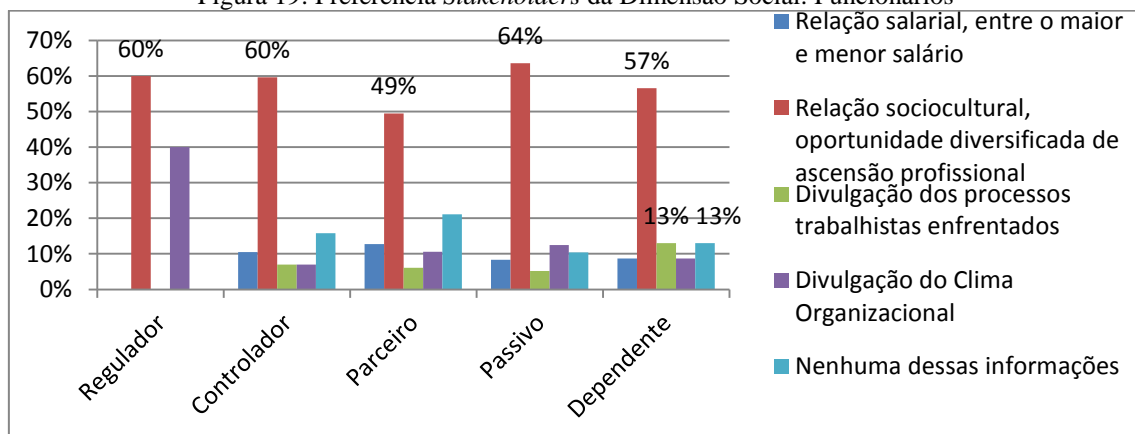


Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Considerando a resposta geral obtida na dimensão econômica, 18% direcionam para o indicador Divulgação dos Lucros ou Prejuízos. Observando por categoria constata-se que para controlador, passivo e dependente esse indicador sobressai como segundo, sendo a preferência deles Divulgação da Destinação realizada da Riqueza Gerada.

Na dimensão social os questionamentos foram efetivados em três âmbitos: dos funcionários, interação com ambiente externo e os clientes. Na Figura 19 apresenta a preferência informacional para as questões relacionadas com os colaboradores da empresa.

Figura 19: Preferência Stakeholders da Dimensão Social: Funcionários



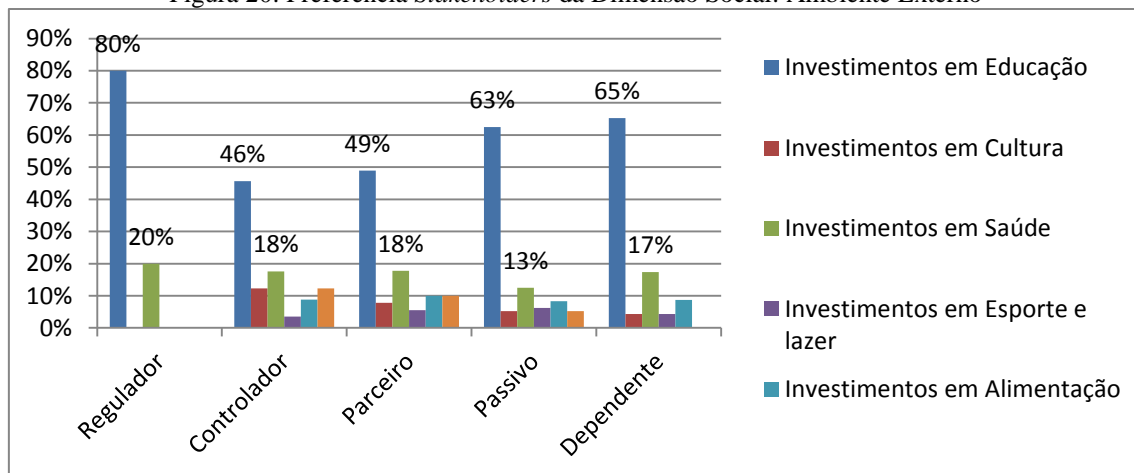
Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Considerando todos os respondentes o quesito dos colaboradores, 55% indicam a Relação sociocultural, oportunidade diversificada de ascensão profissional. No item

“nenhuma dessas informações” concentra-se com 17% de escolha, porém quando filtramos esses dados para os *stakeholders* internos o primeiro indicador (relação sociocultural) nivela à 49% , mas o segundo passa a ser a Relação salarial, entre o maior e menor salário com 29%.

Ainda na Dimensão Social, quesito interação com o ambiente externo foi levantada as preferências conforme Figura 20.

Figura 20: Preferencia *Stakeholders* da Dimensão Social: Ambiente Externo

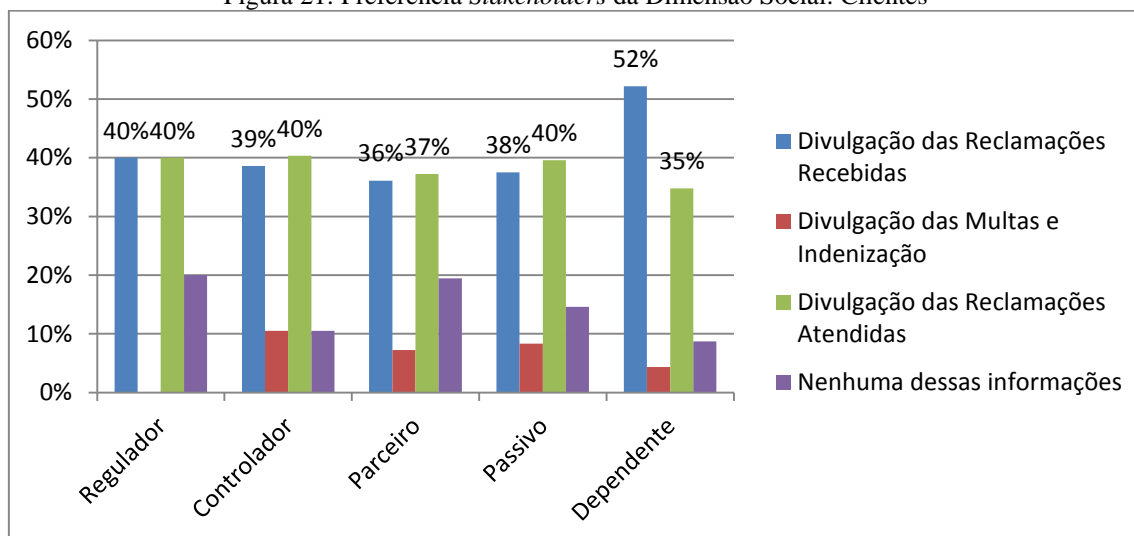


Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders.

Em atenção aos resultados da pesquisa percebe-se uma preferencia para que a organização realize aporte financeiro para a área de educação com 53% e saúde com 16%.

A informação relacionada sobre os clientes na dimensão social da organização está demonstradas no gráfico da Figura 21.

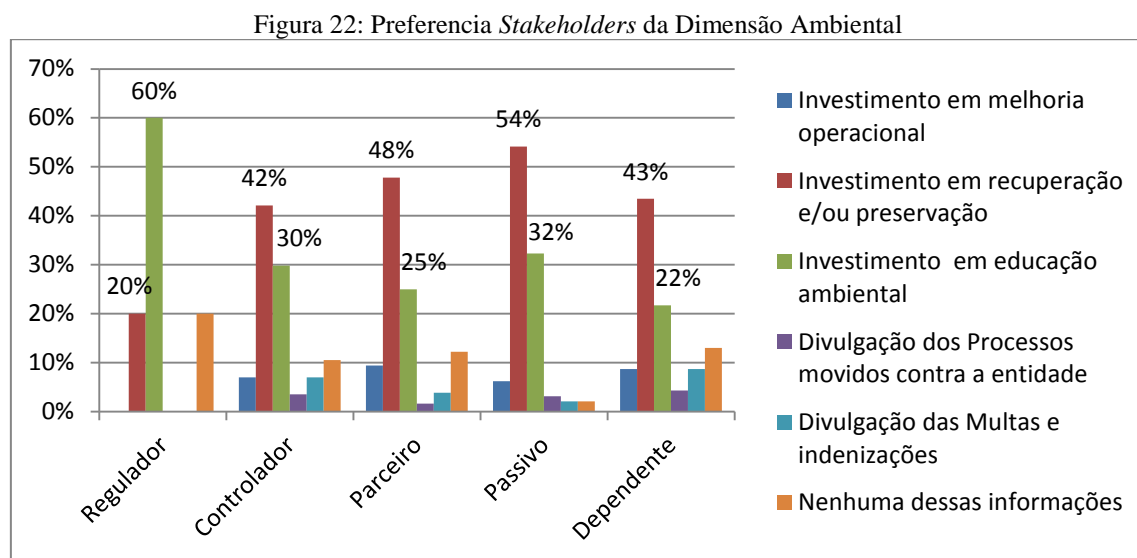
Figura 21: Preferencia *Stakeholders* da Dimensão Social: Clientes



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders

Constatam-se entre os respondentes do quesito cliente uma paridade de 38% entre os que têm preferência pela divulgação das reclamações recebidas e os que preferem a divulgação das reclamações atendidas. Os dois indicadores compõem o *feedback* da organização junto aos *stakeholders*.

Na dimensão ambiental foram questionadas as preferencias entre os investimentos e dados contingências sistematizado na forma de gráfico conforme a Figura 22.



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders

Na área ambiental 76% das escolhas compreendem as preferencias de dois tipos de investimentos, a saber: 48% em recuperação e/ou preservação e 28% em Educação ambiental. O indicador com menor preferência é a divulgação dos processos movidos contra a entidade.

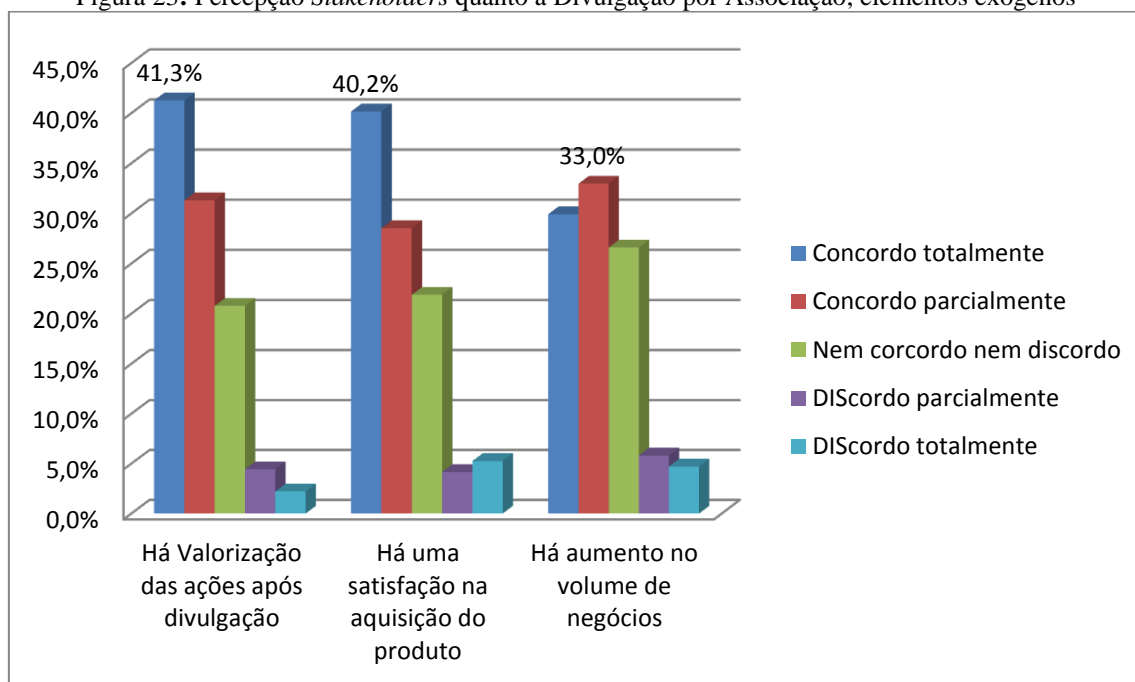
Em linhas gerais as informações preferenciais por dimensão do *triple bottom line* segundo os *stakeholders* pesquisados são na dimensão econômica 55% “divulgação da destinação realizada da riqueza gerada”; na dimensão social no âmbito dos colaboradores 55% “Relação sociocultural, oportunidades diversificada de ascensão”; no quesito da interação com o ambiente externo 53% “investimento em educação”; na dimensão ambiental 48% “investimento em recuperação e/ou preservação”. Na dimensão social para a categoria de clientes houve uma equidade de resposta em 38% para a divulgação tanto das “Reclamações Atendidas” quanto “Reclamações Recebidas”.

4.2.3 Dimensão da Divulgação na percepção do stakeholders

A teoria da divulgação estabelece três tipos de divulgação: por associação, por julgamento e por eficiência. Considerando a proposta teórica foi realizado um questionamento aos *stakeholders* sobre a percepção da divulgação realizada, onde os pontos clivados na pesquisa correspondem à tipologia sugerida na Teoria da Divulgação.

A divulgação baseada em associação é caracterizada por uma divulgação que está correlacionada com as mudanças mercadológicas como preço, volume de negócios ou outro fenômeno que pode ser relacionado a divulgação realizada pela empresa, ou seja, acredita-se que haja um processo exógeno relacionado especificamente com o investidor após a divulgação do Balanço. Na pesquisa foi questionado a percepção dos *stakeholders* quanto aos elementos relacionados a divulgação por associação, conforme demonstrado no Figura 23.

Figura 23: Percepção *Stakeholders* quanto a Divulgação por Associação, elementos exógenos



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders

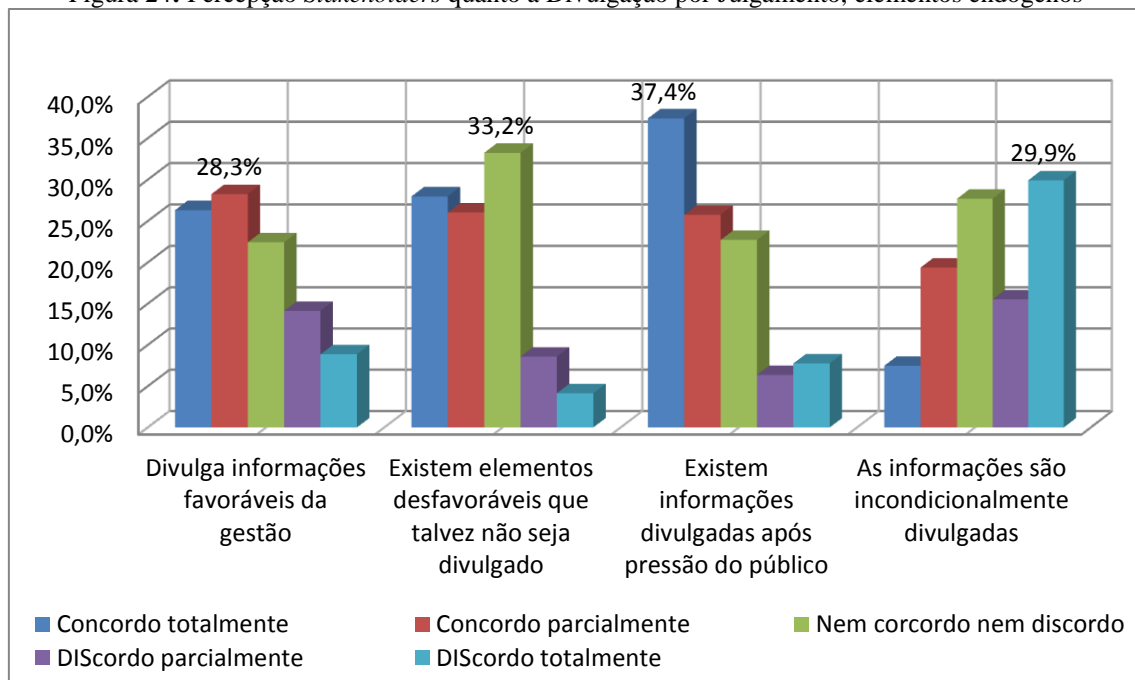
Na percepção de 40% dos *stakeholders* os elementos de valorização das ações da empresa e satisfação do cliente podem ser associados à divulgação do Balanço Socioambiental. O volume de negócio percebe-se uma tendência à possibilidade da divulgação interferir positivamente nas negociações estabelecidas.

Os elementos relacionados à Divulgação por Julgamento tratam de elementos endógenos, ou seja, os motivos pelos quais os gestores podem ter optado por uma

determinada informação. Particularmente a teoria correlaciona esse tipo de divulgação como voluntária, como é o caso da divulgação do Balanço Socioambiental que as empresas não são obrigadas a publicar, mas o faz cogitando apresentar fatores favoráveis quanto a sua gestão.

Na Figura 24 apresenta-se a percepção dos *stakeholders* sobre os elementos propostos pela divulgação por julgamento.

Figura 24: Percepção *Stakeholders* quanto a Divulgação por Julgamento, elementos endógenos



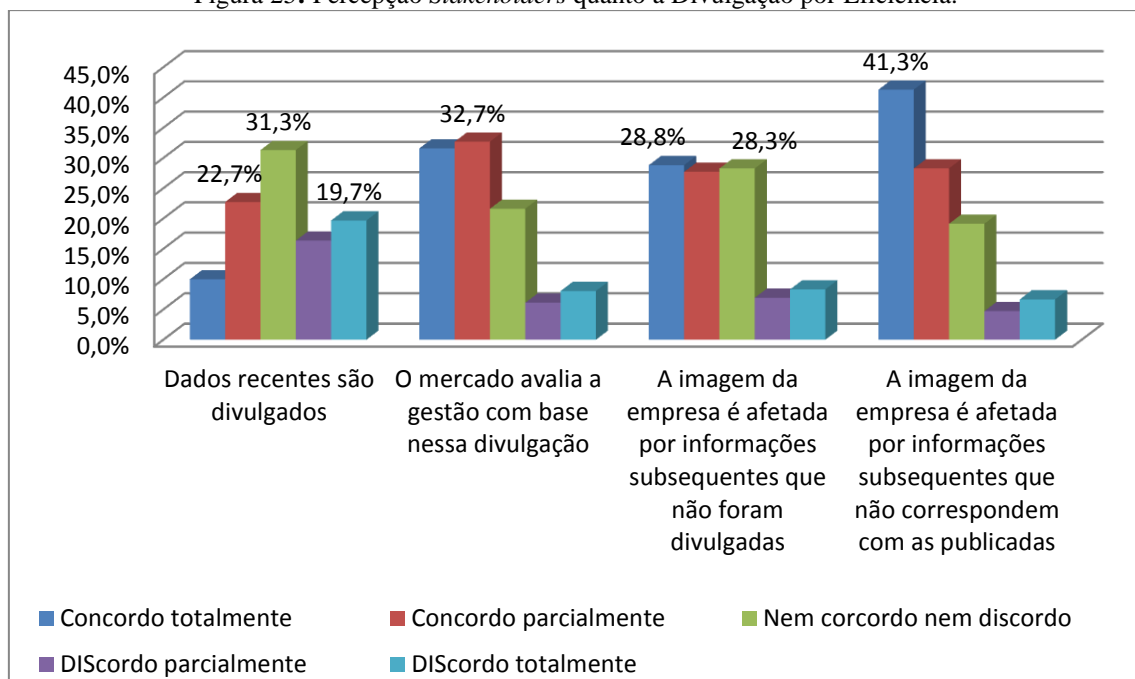
Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders

Para os elementos endógenos relacionados a divulgação por julgamento percebe-se que não há um consenso, mas uma tendência dos *stakeholders* apontando na direção da teoria onde a divulgação voluntária apresenta fatores favoráveis da empresa que a divulga. Destaca-se o que a teoria aponta como seleção adversa onde em função do comportamento público – pressão - poderá revelar-se uma informação não tratada anteriormente, nesse ponto 37,4% dos pesquisados avaliam a possibilidade desse resultado seminal.

Ao contrario das divulgações por associação e por julgamento que são *ex-post*, ou seja, são elementos revelados após a divulgação do Balanço. A divulgação por eficiência é chamada de *ex-ante*, são informações que foram anteriormente tratadas pela entidade e são reconhecidamente as preferidas, as que se mantem o controle para apresentar a maior eficiência e transparência da informação.

Na Figura 25 apresenta-se o gráfico da percepção dos *stakeholders* quanto aos elementos da divulgação por eficiência.

Figura 25: Percepção *Stakeholders* quanto a Divulgação por Eficiência.



Fonte: Dados da Pesquisa em 2015 com os Stakeholders

Os elementos *ex-ante* relacionados com a divulgação por eficiência 41,3% dos *stakeholders* apontam que a divulgação tem que corresponder com os elementos publicados em valorização da imagem que a empresa estabelece no mercado, nessa linha as informações que não são divulgadas percebe-se uma tendência dos pesquisados em concordar que elas também afetam a imagem, assim como a avaliação da gestão dessa organização.

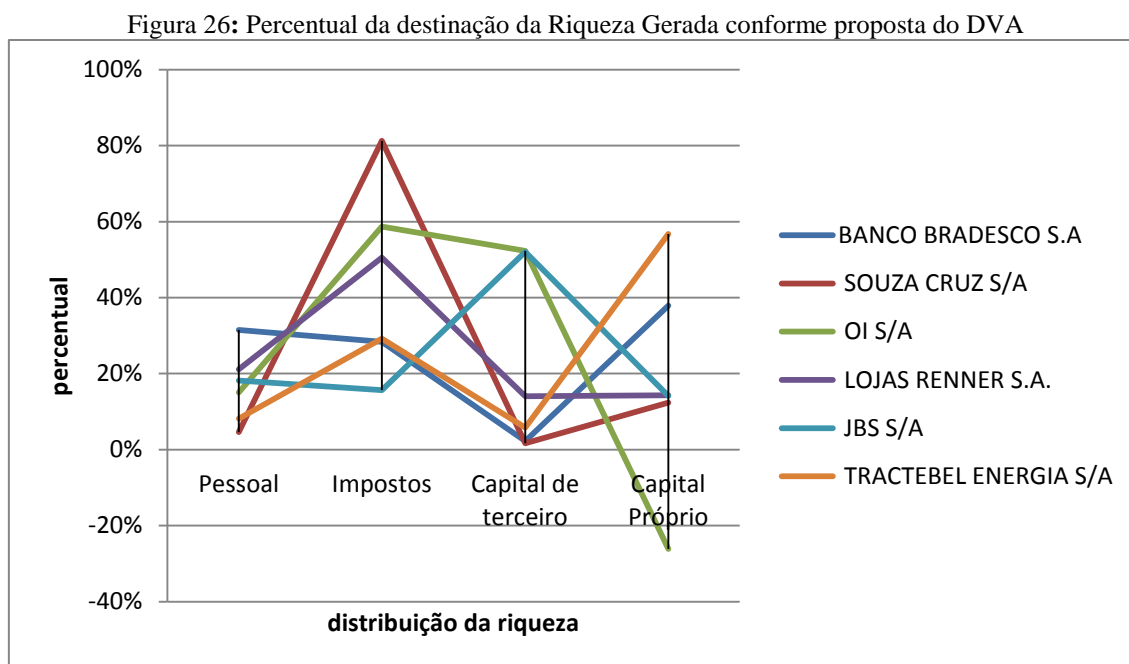
No caso da divulgação voluntária do Balanço Socioambiental para que haja uma divulgação eficiente é essencial conhecer as informações preferíveis para não incorrer em custo de divulgação desnecessário que possa gerar o problema de seleção adversar, ou seja, quando uma informação é interpretada de maneira desfavorável gerando novos informes na busca de cuidar da credibilidade da empresa e minimizar problemas de contingências futuros.

4.3 Prevalências Informacionais dos Balanços Socioambientais

Foi utilizada a técnica de triangulação para estabelecer a relação entre os Balanços Socioambientais publicados e analisados as preferencias informacionais dos *stakeholders* pesquisados.

4.3.1 Dimensão Econômica

Na pesquisa junto aos *Stakeholders* a Divulgação do lucro ou prejuízo tem 18% de preferencia, sendo a prevalência a destinação realizada da riqueza gerada que está dividida em pessoal, imposto, capital de terceiro e capital próprio. Com base nos Balanços pesquisados foi elaborado o gráfico em linha sobre o percentual dessa destinação por empresa, conforme Figura 26.



Fonte: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

O capital próprio segundo o CPC 09 corresponde a remuneração atribuída aos sócios e acionistas, nas empresas analisadas é possível identificar que a empresa OI S/A apresenta prejuízo, as demais apresentam lucros sendo que a Tractebel Energia S/A percentualmente foi a que mais distribui lucros. Na perspectiva do Balanço Socioambiental essa informação não é tratada, mas será realizado o cruzamento das informações relativas ao Pessoal com a Dimensão Social: colaboradores; Impostos com a Dimensão Social: Interação com o ambiente externo. O Capital de Terceiros poderia ser confrontado com as informações sobre fornecedores, instituições financeiras no processo de investimentos para melhoria operacional, contudo essa informação no Balanço Socioambiental não contempla esse tipo de informação.

4.3.1.1 Indicadores dos Recursos Humanos

Observa-se no gráfico que o percentual dos valores adicionais a distribuir das empresas estudadas não passa de 31%. As informações sobre pessoal segundo orientação da CPC-09 devem tratar de valores apropriados ao custo e ao resultado do

exercício na forma de remuneração direta, benefícios e FGTS. Na norma do Conselho Federal de Contabilidade NBC-T15 item 15.2.2 esclarece que as informações sobre recursos humanos devem constar de remuneração e benefícios; composição do corpo funcional; e as contingências e passivos trabalhistas. Para as informações de numerário foi realizado o cruzamento conforme demonstrado no Quadro 44.

Quadro 44: Comparativo entre informação DVA e BSA na Dimensão Social: Funcionários

EMPRESA	CONFORME DVA		CONFORME DIMENSÃO SOCIAL
	Pessoal (%)	Pessoal (R\$ mil)	Total Divulgado (R\$ mil)
BANCO BRADESCO S.A	31%	12.629.766,00	11.622.300
SOUZA CRUZ S/A	5%	638.564,00	0
OI S/A	15%	2.539.835,00	871.943
LOJAS RENNEN S.A.	21%	693.111,00	147.848
JBS S/A	18%	2.623.481,00	10.113.201
TRACTEBEL ENERGIA S/A	8%	257.420,00	124.261

Fonte: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

No Demonstrativo do Valor Adicionado (DVA) informação obrigatória na legislação brasileira, que passa por um processo de auditoria, todas as empresas informaram, mas quando se confronta com o Balanço Socioambiental (BSA), demonstrativo voluntário essa informação não vem completa, não aponta as bases do dado, por exemplo, na empresa JBS cita que tem um gasto geral de 10 bilhões, o valor utilizado na sistematização do quadro acima é da controlada, mas só se compreende quando se confronta com o valor publicado no DVA que consta “controlada e consolidado”, onde observa-se que o valor informado do BSA é o consolidado, entretanto não há nenhuma menção nesse demonstrativo dessa base de dado. A Souza Cruz estabelece um relato considerando a informação de vários anos (contabilmente chamado de exercício social) e por fim estabelece um gasto total de 22,8 milhões de libras esterlinas, contudo acresce informação de meio ambiente e instalações. As demais organizações transformam os dados dentro de suas grandezas em milhões, bilhões e milhares.

Indicadores de Interação com o ambiente externo

A NBC-T15 orienta no tópico 15.2.3 que dados relativos a comunidade, clientes e fornecedores, inclusive os incentivos financeiros. Os dados sobre os fornecedores são qualitativos, pois deve conter critérios de responsabilidade social corporativa para a seleção desse agente. Para a interação junto a comunidade a norma propõem cinco tipos de investimentos, mas não se considera os que têm finalidade ambiental. No Quadro 45, abaixo, foi sistematizada essa informação e realizado um comparativo da representação desse investimento considerando o montante de valor adicionado total a distribuir (VAT).

Quadro 45: Análise dos investimentos em Educação.

EMPRESA	Investimento em Educação (sem caráter ambiental) R\$	% VAT ¹
BANCO BRADESCO S.A	Informa investimento em educação destinados para a Fundação Bradesco juntamente com o investimento em esporte, não sendo possível identificar o valor específico.	
SOUZA CRUZ S/A	R\$ 1.068 mil	0,007%
OI S/A	R\$ 17.748 mil	0,1051%
LOJAS RENNER S.A.	R\$ 703 mil	0,021%
JBS S/A	R\$ 7,8 milhões	0,054%
TRACTEBEL ENERGIA S/A	R\$ 1.887 mil	0,059%
¹ Valor Adicionado Total a distribuir (VAT)		

FONTE: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Dos 53% *stakeholders* questionados apontam como preferencial o investimento em educação. Todas as empresas pesquisadas destinam recursos para projetos voltados à educação que não representam 1% do total do VAT – Valor Adicionado Total a Distribuir. As entidades JBS S/A e Souza Cruz S/A estabelecem apenas investimento nesse segmento.

O Governo Federal do Brasil concede incentivo ou benefícios fiscais para ser deduzido do Imposto de Renda das empresas Pessoa Jurídica que calculem com base no lucro real, segundo Equipe do Portal Tributário (2010) esse incentivo caracteriza-se pela redução ou eliminação, direta ou indireta, do ônus tributário; e discriminam como ação incentivada do governo o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), Doações aos Fundos da Criança e do Adolescente, Doações ao Fundo do Idoso, Atividades

Culturais ou Artísticas e Atividades Audiovisuais, incluindo as aplicações no Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - Funcines.

Para a divulgação do DVA no campo: Impostos Recolhidos aos Cofres Públicos; foi cruzada a informação com o campo: Investimentos Incentivado pelo Governo Federal; que implica em benefício fiscal para a entidade, conforme Quadro 46.

Quadro 46: Dimensão Social: Imposto e Incentivo Governo

EMPRESA	Impostos: DVA ¹	% Impostos sobre VAT ²	Investimento Incentivado Governo	% Incentivo sobre Imposto
BANCO BRADESCO S.A	11.393.516,00	28%	213,012 milhões	1,87%
SOUZA CRUZ S/A	11.225.451,00	81%	não divulga	
OI S/A	9.914.338,00	59%	59.308 mil	0,60%
LOJAS RENNER S.A.	1.659.634,00	51%	não divulga	
JBS S/A	2.263.235,00	16%	não divulga	
TRACTEBEL ENERGIA S/A	920.823,00	29%	13.773 mil	1,50%
¹ Valores expressos em milhares de reais				
² Valor Adicionado Total a distribuir (VAT)				

FONTE: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Realizando esse confronto identifica-se que empresa Souza Cruz repassa 81% do VAT na forma de imposto e destaca no seu relatório que está entre as 10 maiores contribuintes do país, mas não divulga os incentivos fiscais que obstante possam se beneficiar advindos da legislação brasileira. As empresas JBS S/A e Lojas Renner S/A também não citam os incentivos fiscais que possam se beneficiar. As entidades que destacam esse incentivo não apontam o reflexo tributário advindo desse incentivo, sendo esse um dado que apresenta reflexos que não são divulgados. Outrossim, é a divulgação em ordem de grandeza milhões, mil, o que estabelece uma relevância ao valor investido que quando comparado em percentual não chega a 2% do total dos impostos pagos, provavelmente totalmente deduzido do imposto a recolher e com reflexo na dimensão social interação com o ambiente externo.

Indicadores financeiros da Dimensão Ambiental

A Norma Brasileira de Contabilidade NBC-T15 no tópico 15.2.4.1 estabelece que na interação da organização com o meio ambiente este deva destacar os investimentos realizados em manutenção nos processos operacionais; em preservação e/ou recuperação ambiental; em educação ambiental; e outros projetos nesse âmbito.

Ademais acrescenta informações quanto a quantidade de processos proveniente de questões ambientais e possíveis multa e valores de contingência. Os reflexos desses investimentos contabilmente podem gerar imobilizados e os seus recursos de investimentos podem ser provenientes de capital de terceiros, ou seja, financiadores, fornecedores ou entidades parceiras; esse tipo de recurso não gera reflexo nas contas de resultado, que são compostas de contas de receita e despesa, logo não estão representadas no Demonstrativo do Valor Adicionado (DVA).

4.3.2 Dimensão Ambiental

Ferraz & Motta (*apud* Azevedo et al. 2013) destacam que 85% das empresas brasileiras adotam como estratégia a variável ambiental. As empresas estudadas elaboraram uma matriz de temas estratégicos conforme as diretrizes do GRI G4. Esse relatório apresenta uma matriz de materialidade onde expõem tópicos relevantes, apontados pelos *stakeholders* das organizações, que podem refletir os impactos econômicos, ambientais e sociais ou influenciarem a decisão dos *stakeholders* devido à expressividade do tema.

No Quadro 47 são apresentados os seis temas que compõem a matriz de materialidade das organizações pesquisadas.

Quadro 47: Temas relevantes conforme matriz de materialidade da metodologia GRI G4

EMPRESA	TEMAS ESTRATEGICOS					
1. BANCO BRADESCO S.A	1.1. Risco Socioambiental	1.2. Risco Integrado	1.3. Gestão de fornecedores	1.4. Questões controversas	1.5. Engajamento das partes interessadas	1.6. Mudanças Climáticas
2. JBS S/A	2.1. Transparência e Confiabilidade das Informações	2.2. Bem-Estar Animal	2.3. Qualidade e Segurança do Alimento	2.4. Garantia da Origem	2.5. Água	2.6. Mudanças Climáticas
3. OI S/A	3.1. Estratégia da Companhia	3.2. Perspectiva de mercado, investimentos, modernização e novos negócios	3.3. Governança Corporativa	3.4. Qualidade do serviço e do atendimento	3.5. Investimentos em infraestrutura local e regional	3.6. Saúde e segurança da força de trabalho

EMPRESA	TEMAS ESTRATEGICOS					
4. SOUZA CRUZ S/A	4.1. Política de saúde Pública	4.2. Nova regulamentação dos produtos	4.3. E-cigarros	4.4. Produtos de nicotina Medicamentos	4.5. Produtos de aquecimento do tabaco	4.6. Low-Tóxico tabaco sem fumaça
5. TRACTEBEL ENERGIA S/A	5.1. Desempenho Econômico: valor econômico gerado e distribuído e impactos conjunturais nos negócios	5.2. Contexto setorial (ambiente regulatório e tarifário, leilões de energia e hidrologia)	5.3. Capacidade de geração, disponibilidade de operação, inovação, pesquisa e desenvolvimento e busca por alternativas na produção de energia.	5.4. Gestão de carteira de clientes	5.5. Aumentos da capacidade de geração (investimentos, licenciamentos e perspectivas)	5.6. Gestão de água e efluentes
1. As Lojas Renner S.A divulgaram o GRI G4 de 2013, não sendo considerado nessa base. <input type="checkbox"/> Temas relacionados com a questão ambiental						

FONTE: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

Observa-se que 50% das empresas pesquisadas tem como tema estratégico, direto e expresso, as questões relativas às questões ambientais. Quando da sistematização das informações sobre os investimentos realizados não é possível distinguir claramente quanto foi investido e onde foi efetivado esse gasto. A Souza Cruz estabelece o custo de oportunidade, ou seja, aponta quanto ela ganhou econômica e financeira com o investimento realizado, mas não identifica as bases utilizadas para determinar o montante divulgado. A JBS apresenta o investimento que está realizando numa empresa de reciclagem como um projeto ambiental que a mesma propõem dentro dessa dimensão.

Na consulta com os *Stakeholders* na dimensão ambiental 48% apresentam como preferencia de investimento em recuperação e/ou preservação ambiental, salvo a Tracbel S/A e a Bradesco S/A as demais empresas apresentação investimento nesse tópico, salvo a Souza Cruz S/A que informa a existência de três parques ambientais que equivale a 310 hectares de área destinados a preservação.

As diretrizes do GRI propõem sistematização relacionada à emissão direta e indireta dos gases do efeito estufa (GEE), do consumo de água e energia, destinação dos resíduos sólidos e investimentos no tratamento de resíduos, licenciamento ambiental,

laudos, consultoria, entre outros. A principal dificuldade de análise dos dados proposto é devido à consistência das informações, que são elaboradas com bases diferentes e com isso dificulta uma análise mínima da informação, como pode ser observado no Quadro 48 quanto ao consumo de energia.

Quadro 48: Consumo de energia conforme relatórios baseado pela diretriz da GRI G4

CONSUMO DE ENERGIA		Dentro da organização	Redução do consumo	Fontes Renováveis
GRI		EN3	EN6	
Banco Bradesco	Descrição		Houve Aumento	
Souza Cruz S/A	Quant.			60%
OI S/A	Quant.	1.740.695,59 mWh	1,34%	Não – Concessionárias
	Outra quant.	6.266.504 GJ	Aumento	
Lojas Renner S/A	Quant.	500942,47 GJ	Aumento	499.620 GJ
JBS S/A	Quant.		13%	82%
	Descrição		Unid. Cacoal	
Tractebel S/A	Quant.	171,3 gwHh	0,11%	

Fonte: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

O consumo de energia dentro da organização é informado pela Tractebel S/A em gwHh, pela Lojas Renner em GJ e pela Oi S/A em mWh e também em GJ como a Renner. No entanto não se sabe a área que houve esse consumo, se corresponde ao total de controladas, se é o consolidado das informações do grupo. As empresas JBS, Banco Bradesco e Souza Cruz não informaram sobre esse consumo. Para o item redução de consumo, novamente nem todas informam, quando tratam apresentam o percentual, ou como a JBS que destaca uma unidade que teve redução. As entidades não atingiram essa meta informam “aumento” não se sabe quanto, porque, que medida.

Os relatórios apresentam uma descritiva qualitativa das ações que as empresas estão efetivando, mas não vinculam com a estratégia institucional, o *shared value* - proveniente da adoção de uma visão diferenciada da atuação da empresa numa perspectiva de desenvolvimento sustentável. Esse cenário fica ainda mais desconfortável na perspectiva ambiental quando se envereda pela perspectiva da exploração ambiental que essas empresas realizam ou financiam, sendo esse o principal

provedor de sua ação econômica. Se considerar que todas essas empresas tem atuação na Amazônia brasileira, identifica-se que esse dado é utilizado para se vincular a um processo de sustentabilidade e inovação, como contatado no Balanço Socioambiental do Banco Bradesco que ganhou prêmio de Inovação da Associação EFMA- *Accenture Distribution & Marketing Awards* pela unidade fluvial no estado do Amazonas, assim como os produtos sustentáveis da Amazônia “Pé Quente Bradesco Amazonas Sustentável e Fundação Amazonas Sustentável”. A empresa JBS S/A apresenta o programa novo campo práticas sustentáveis de produção em fazenda de pecuária na Amazônia e o sistema de rastreamento dos gados justificando práticas de atuação para minimizar o desmatamento.

Trazendo o olhar especificamente para a atuação no loco operante da pesquisa, ou seja, em Porto Velho, Rondônia – praticamente não temos informação dessa atuação local, aliás, o que não é um privilégio dessa localidade, percebe-se que devido a dimensão global dessas organizações as atuações locais são destacadas em forma de prêmios recebidos ou projetos pilotos que estão sendo desenvolvido em alguma unidade.

4.3.3 Dimensão Social

Nessa dimensão, além dos dados econômicos e financeiros que foram tratados juntamente com a Dimensão Econômica, tem-se uma sistematização quantitativa de funcionários por categoria, a relação salarial e composição de colaboradores por minoria, e por quadro de chefia, grau de escolaridade. As informações por gênero e por minorias todas as empresas fornecem, as demais informações são fornecidas pelas empresas que seguem a NBC-T15.

Na sistematização dos Balanços socioambientais foi possível identificar vários prêmios e reconhecimento da sociedade relacionado com a dimensão social, conforme demonstrado no Quadro 49.

Quadro 49: Reconhecimento da sociedade quanto a atuação das empresas

EMPRESA	RECONHECIMENTOS
BANCO BRADESCO S.A	16º ABRASCA - melhor Relatório anual 2013
SOUZA CRUZ S/A	<ol style="list-style-type: none"> 1. Certificado <i>TOP EMPLOYER</i> - para as melhores práticas e políticas de Recursos Humanos em escala mundial (CRF <i>Institute</i> - <i>Instituição Européia</i>) - 3º ano consecutivo 2. Clima Organizacional <i>Your Voice</i>: <ol style="list-style-type: none"> 2a) 75% dos respondentes (91% dos colaboradores) responderam favoráveis á empresa. 2b) Índice de engajamento de 80% - acima da média 2c) melhor clima organizacional - Fábrica de Uberlândia e as usinas de tabaco. 3. 100 melhores empresas em Indicador de Desenvolvimento Humano e organizacional (IDHO) - Revista gestão RH; 4. Melhor desempenho nas áreas Recursos Humano e Inovação e Qualidade - Categoria Bebidas e Fumo - 2ª colocação (Revista IstoÉ Dinheiro) 5. Destaque Exportadoras de bens fabricados e/ou comercializados no Rio Grande do Sul - Categoria Trajetória Exportadora Master - CAMPEÃ; 6. Campeã entre as empresas que buscam excelência no relacionamento com clientes e consumidores - Categoria Indústria (13ª vez); 7. Melhor empresa no setor de bebidas e fumo (Jornal valor Econômico); 8. Prêmio nacional de Telesserviços - Segmento Produtos de consumo; e segmento Operações Receptivas.
OI S/A	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prêmios ODM MG (objetivos do Milênio); 2. Premio <i>Von Martius</i> de Sustentabilidade (2º lugar categoria humanidade); 3. Prêmio construindo a Nação; 4. Finalista do Prêmio Governante - BID; 5. Prêmio Noite Rio (melhor Palco para lançamentos); 6. Selo acessibilidade (categoria bronze) 7. Premio Nacional ABERJE (categoria Responsabilidade Histórica e memória Empresarial) 8. Selo Empresário Amigo do Esporte; 9. Ranking da Revista Gestão RH: <ol style="list-style-type: none"> 9a) 150 melhores em práticas de Gestão de Pessoa; 9b) RHs mais admirados do Brasil 9c) 100 melhores empresas em Cidadania Corporativa; 10. Prêmio ABT: Troféu Bronze - Categoria Operações Receptivas (Garrido Marketing); 11. Prêmio ABEMD - Melhores práticas em criação, estratégia e resultados em Marketing (Associação Brasileira de marketing Direto)
LOJAS RENNER S.A.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melhores empresas para começar a carreira (Revista Você S/A); 2. As Melhores Empresas para você trabalhar (Revista Você S/A); 3. 2º lugar Valor Carreira (Jornal Valor Econômico); 4. Marca de varejo de moda mais valiosa do Brasil (Interbrand);

EMPRESA	RECONHECIMENTOS
TRACTEBEL ENERGIA S/A	<ol style="list-style-type: none"> 1. Destaque no ranking das Empresas Mais Éticas do Brasil (Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios); 2. Troféu Transparência (Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade) pela 5ª vez as Demonstrações Contábeis; 3. Prêmio Brasil Ambiental (Câmara de Comercio Americana do Rio de Janeiro) - categoria Responsabilidade Socioambiental e Emissões Atmosféricas; 4. Melhor programa de relacionamento com investidores da América Latina (Revista <i>Institutional Investor</i>) 5. Clima organizacional: 74% satisfação e 82% orgulho de trabalhar.; 6. Cliente: 94,8% Índice de Favorabilidade;
SER EDUCACIONAL S.A.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prêmio <i>Recall</i> de Marcas (Jornal do Comercio) 2. Certificação que atestam o empenho com a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento da Sociedade (Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino superior - ABMES)

Fonte: Dados da pesquisa realizada em 2015 nos Balanços Socioambientais.

É possível identificar que as dimensões social e ambiental geram reconhecimentos na forma de prêmios, selos, ranking em revista, troféu entre outros ganhos adjacentes proveniente da caminhada com responsabilidade social corporativa.

Para os indicadores sobre os clientes, os *stakeholders* estabelecem com 38% como preferenciais tanto as reclamações recebidas quanto as reclamações atendidas, esse dado confirma os estudos de Gao e Zhang (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia 2012) em que enfatizam que a relação de influencia é uma via de mão dupla, e que além de serem escutados eles devem ser respondidos. Nas divulgações analisadas nenhuma entidade estudada apresenta essas informações em quantidade nas duas perspectivas (reclamações atendidas e recebidas) ou um dado ou outro. A empresa OI S/A, única que estabelece o cruzamento, a faz na forma percentual de desempenho no *call center*, onde estabelece que 0,58% dos clientes reclamaram e 91,06% foram solucionadas em até 5 dias.

Nessa dimensão existem várias informações interessante no conjunto do relatório de cada empresa tais como Pesquisa de satisfação dos clientes, produtos avaliados por impacto, caso de violação do direito indígena, casos de *ante trustee*, clima organizacional, percentual de novos fornecedores e vários outros dados que apontam a dimensão social, mas que não é possível à comparabilidade para se estabelecer uma análise desse dado e o *shared value* na perspectiva de sustentabilidade organizacional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se discute sustentabilidade organizacional são estabelecidas dimensões conhecidas como *triple bottom line*: econômica, social e ambiental, que serão alinhadas na perspectiva de gerar uma relação responsável e de alteridade entre os *stakeholders* e as organizações. Permeando esses temas centrais as organizações utilizam o Balanço Socioambiental elaborando-o conforme as normativas estabelecidas pelo CFC, CPC, GRI e ISO que sugerem indicadores que tratam das dimensões desse tripé. As normas NBC-T15 e CPC 09 concentram as informações de natureza quantitativa apesar de estabelecer orientativo para notas explicativas sobre as respectivas informações divulgadas. A norma GRI-G4 traça informações de natureza qualitativa apontando indicadores para comparabilidade. A ISO 26000 apresenta diretrizes para a responsabilidade social.

As organizações podem escolher a melhor forma de realizar a divulgação de suas ações, sendo essa divulgação voluntária, assim como a opção por um tipo de norma. A finalidade é demonstrar a transparência no processo de divulgação. Entre as empresas pesquisadas 75% realizam divulgação do Balanço Socioambiental e todos eles seguem as diretrizes do GRI-G4, sendo que 37,5% utilizam também a NBC-T15. Mercadologicamente, supõe-se que as empresas que fazem essa divulgação estão trabalhando com responsabilidade social corporativa e alinhando a sua atuação na sociedade frente ao desafio do desenvolvimento sustentável.

No processo de análise dos dados foram realizados dentro de uma compreensão contábil descrito pela Comissão de Pronunciamento Contábil no CPC00 onde estabelece que os dados divulgados devam ter características qualitativas de melhoria definidas por comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade. Nessa perspectiva foi possível sistematizar as informações por dimensão e indicador, entretanto dentro do que contabilmente é chamado de consistência, conforme definição do mesmo CPC00 “aplicação dos mesmos métodos para os mesmos itens”, foi essa a principal dificuldade da pesquisa, pois as empresas que seguem as diretrizes do NBC-T15 apresentam informações para praticamente os mesmos elementos de indicadores. Contudo, as empresas que utilizam apenas as diretrizes do GRI trazem informações codificadas através dos índices, mas não tem a obrigatoriedade de informar os mesmos

indicadores, ou seja, elas podem escolher as informações que julgarem apropriadas para divulgação.

Nesse sentido, para os usuários do BSA, cabe a consulta sem a possibilidade de trazer para uma mesma base de análise. Nessa pesquisa foi identificado que apenas 13% deles tomam conhecimento do Balanço Socioambiental o que nos possibilita a suposição de que esse instrumento não é divulgado pelas empresas, mas publicado como uma resposta mercadológica. Outrossim, no processo de estudo de campo com esses atores percebe-se claramente que os elementos exógenos, endógenos e *ex-ante* que norteiam a Teoria da Divulgação são percebidos por esses agentes como uma busca real das organizações.

Na pesquisa confirma-se que as empresas encaram o desafio do desenvolvimento sustentável dentro do paradigma tecnocêntrico, ou seja, que buscam o crescimento sustentável mensurado com retornos financeiros para as organizações. Identifica-se que as ações empresariais se aproximam da visão coercitiva, nesta perspectiva elas investem em produtos sociais como uma forma de sobrevivência mercadológica, e reconhecem a importância do seu papel, enquanto ente econômico, como interventor para o bem-estar da sociedade.

Nos Balanços socioambientais divulgados percebe-se que as empresas ainda não utilizam este instrumento como uma oportunidade de *shared value*. Não é possível identificar os benefícios significativos da atuação dessas instituições nas dimensões do *triple bottom line*, assim como a confluência destas ações para uma perspectiva valiosa de seus negócios. Nesse campo, é possível estabelecer pesquisas significativas para estabelecer a relação da sustentabilidade organizacional na busca pelo desenvolvimento sustentável como o incitador da cadeia de inovação.

Finalmente, constata-se que a responsabilidade social corporativa ainda é um processo incipiente, parafraseando Gladwin, Kennely e Krause faz parte de um processo do desenvolvimento humano. Considerando que essa pesquisa retratada o momento histórico almeja-se que esse seja o começo do processo rumo ao desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, J. P.; ZANDER, K. Ferramenta Normativas de Responsabilidade Social. **Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha**, 18 abr. 2008. Disponível em: <http://ahk.org.br/upload_arq/Ferramentas%20RS.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2015.
- AZEVEDO, B.; PEDROZO, Á.; MALAFAIA, G. C. Diálogos entre stakeholders: uma proposta para o agronegócio brasileiro. **Revista Administração em Diálogo (RAD)**, Vol. 14.n. 2, Mai/Jun/Jul/Ago 2012, p. 76-101. ISSN 2178-0080.
- AZEVEDO, D. B. D. et al. Complexidade e abordagem sistêmica: identificando similaridades entre a Teoria dos Stakeholders e o processo de gestão ambiental. **Gestão Contemporânea**, Porto alegre, ano 10, n. 13, p. 11-23 jan/jun 2013.
- BRUYNE, P. D.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. D. **Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais: Os pólos da prática metódica**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: F. Alves, 1982. 252 p. Livro tratado no Mestrado pelo Prof. Siena.
- CAVALCANTE, F. R. C. **Análise da desigualdade Regional no estado de Rondônia à luz da Teoria Institucionalista de Douglass North**. p. 463. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável Trópico Úmido). Universidade Federal do Pará. Belém, 2011.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. CPC Completo 2012. **Comitê de Pronunciamentos Contábeis**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos>>. Acesso em: 27 março 2014.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução nº 1003 de 19 de agosto 2004, aprova NBC T-15**. Divulgação da Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental. [S.l.]: [s.n.]. 2015.
- COSTA, Gleimíria Batista da **Permanência de Práticas Tradicionais em Reservas Extrativistas no Estado de Rondônia**. p. 202 Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) Universidade Santa Cruz do Sul. Santa Cruz do Sul., 2012.
- CREDIDIO, F. A norma internacional de responsabilidade social. **Revista Filantropia - OnLine**, v. n. 91, 2007.
- DEUS, R. M. D.; SELES, B. M. R. P.; VIEIRA, K. R. O. As organizações e a ISO 26000: revisão dos conceitos, dos motivadores e das barreiras de implementação. **Gestão & Produção**, Vol. 21, n. 4, São Carlos. ISSN 0104-530X. outubro/dezembro 2014..
- EQUIPE DO PORTAL TRIBUTÁRIO. Benefícios Fiscais no âmbito do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica. **Portal Tributário**, 2010. Disponível em:

<<http://www.portaltributario.com.br/artigos/beneficiosirpj.htm>>. Acesso em: 08 out. 2015.

FERREIRA, L. F. et al. Indicadores de sustentabilidade Empresarial: uma comparação entre os indicadores do balanço social IBASE e relatório de sustentabilidade segundo as diretrizes da Global Reporting Initiative GRI. **SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2009. Disponível em: <[http://info.aedb.br/seget/artigos09/445_445_Contabilidade_social_REV.seget\[2\].pdf](http://info.aedb.br/seget/artigos09/445_445_Contabilidade_social_REV.seget[2].pdf)>. Acesso em: 18 jul. 2014.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Joice Elias Costa. 3ª. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). <http://cidades.ibge.gov.br/>. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110020&search=||info%EFicos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 20 julho 2015.

INSTITUTO DE PESQUISA AMBIENTAL AMAZÔNICO (IPAM). <http://www.ipam.org.br/>. Disponível em: <<http://www.ipam.org.br/saiba-mais/A-importancia-das-florestas-em-pe/1>>. Acesso em: 10 agosto 2015.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA (INMETRO). ISO 26000 - Diretrizes em Responsabilidade Social. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 27 abr. 2015.

ITO, S.; SILVA, C. A.; ZIBAS, R. Diretrizes G4 da GRI: Quais os seus efeitos nos relatórios corporativos de sustentabilidade? **kpmg.com/br/**, 11 mar. 2013. Disponível em: <https://www.kpmg.com/BR/PT/Estudos_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Diretrizes_g4_GRI.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2015.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**: um tratamento conceitual. São Paulo: EPU: EDUSP, 1910. [tradução Helena Mendes Rotundo; revisão técnica José Roberto Malufe].

MACHADO, D. D. Q. et al. Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social corporativa: um estudo da produção científica brasileira. **Revista Brasileira de Administração Científica**, aquidabã, v. 3, n. 3, jul a dez 2012. ISSN 2179-684X.

MAIA, A. G.; PIRES, P. D. S. Uma compreensão da Sustentabilidade por meio dos Níveis de complexidade das Decisões Organizacionais. **Rev. Adm. Mackenzie - RAM**, v. 12.N. 3, Edição Especial. Universidade Presbiteriana Mackenzie - Walter Bataglia. São Paulo, p. 177-206. ISSN 1678.6971 maio/jun 2011.

- MAINARDES, W. et al. **Um novo modelo de classificação de Stakeholders**. V Encontro de Estudos em estratégia. Porto Alegre/RS: Anpad. 2011. p. 1-13.
- MONTEIRO, A. C. et al. Minorias Étnicas, Lingüísticas e Religiosas. **DHNET**, 2000? Disponível em:
<<http://www.dhnet.org.br/dados/cursos/dh/br/pb/dhparaiba/5/minorias.html>>. Acesso em: 22 set. 2015.
- MUNCK, L.; SOUZA, R. B. D.; SILVA, A. L. Estudos organizacionais e desenvolvimento sustentável: em busca de uma coerência teórica e conceitual., Campo Grande, p. 105-120, 2012. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1518-70122012000100010&script=sci_arttext>. Acesso em: 14 mar. 2014.
- OLIVEIRA, D. C. D. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Rev. Enferm. UERJ**, Rio de Janeiro, p. 16(4):569-76, out/dez 2008.
- PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO, P. Entendendo as Gerações Veteranos, Boomers, X e Y, ?2015. Disponível em:
<<http://www.pucsp.br/estagios/entendendo-geracoes-veteranos-boomers-x-e-y>>. Acesso em: 21 ago. 2015.
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, p. 78-93, 2006. Disponível em: <<https://hbr.org/2006/12/strategy-and-society-the-link-between-competitive-advantage-and-corporate-social-responsibility>>. Acesso em: 13 set. 2015.
- POZZEBOM, M.; PETRINI, M. D. C. Critérios para condição e avaliação de pesquisas qualitativas de natureza crítico-interpretativa. In: TAKAHASHI, A. R. W. **Pesquisa Qualitativa em Administração: fundamentos, métodos e usos no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2013. Cap. 4, p. 371. ISBN 978-85-224-7712-8 eISBN 978-85-224-7727-2.
- ROCHA, I. et al. **Teoria da agência e assimetria da informação: panorama do comportamento da produção científica no contexto nacional e internacional**. XIII SemeAd Seminários em Administração. [S.l.]: [s.n.]. setembro 2010.
- SACCOL, A. Z. um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas da pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista Administração**, v. 2, n. 2, p. 250-269, maio/ago 2009.
- SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio sobre a Teoria da Divulgação, enero-jnio 2005. ISSN 1807-734X. Disponível em:
<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=123016184004>>. Acesso em: 30 abril 2015.
BBR-Brazilian Business Review, 2(1), 53-70.
- SIENA, O. **Metodologia Científica**. Programa Pós-Graduação Mestrado em Administração/Universidade Federal de Rondônia. Porto Velho. 2013.

SILVA, E. L. D. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: LED UFSC, 2013.

THEÓPHILO, C. R.; IUDÍCIBUS, S. Uma análise crítico-epistemológica da produção científica em contabilidade no Brasil. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 8 n.2, 2009. Disponível em: <<http://www.cgg-amg.unb.br/index.php/contabil/article/viewArticle/164>>. Acesso em: 01 set. 2014.

TINOCO, J. E. P. **Balanço social e o relatório da sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010. 261 p. ISBN 978-85-224-6036-6.

APÊNDICE

Questionário aplicado:

BALANÇO SOCIOAMBIENTAL NA PERSPECTIVA DOS STAKEHOLDERS

Convido para participar de uma pesquisa de dissertação para o Mestrado que tem como título: "Balanço Socioambiental na perspectiva dos Stakeholders com foco na estratégia de inovação e sustentabilidade" do Programa de Mestrado em Administração da Universidade Federal de Rondônia. Este trabalho está sendo realizado por mim, Iluska Lobo Braga, e orientado pelas professoras Dra. Gleimiria Batista da Costa e Dra. Joliza Chagas Fernandes. Essa pesquisa visa conhecer a percepção dos Stakeholders, ou seja, os públicos que se relacionam com as empresas, frente a publicação do Balanço Socioambiental; ademais ela está composta por 24 perguntas com tempo estimado de 10 minutos para conclusão, e utilizará como amostra para análise as respostas efetivadas desse questionário durante o período de 25 de agosto de 2015 à 08 de setembro de 2015.

O Balanço Socioambiental é um instrumento de divulgação voluntário com bases contábeis e não contábeis que divulga as ações praticadas pela organização. Segundo Tinoco (2010) esse instrumento evidencia de forma transparente informações de desempenho das entidades de cunho contábil, econômico, ambiental e social na busca do desenvolvimento sustentável. No caso dessa pesquisa foi selecionada como organização a empresa JBS S.A devido ter uma filial em Porto Velho e no seu Balanço Socioambiental divulgar a sua atuação no estado de Rondônia.

A empresa JBS S.A é uma empresa Brasileira, com 61 anos de tradição, que atua no segmentos de alimentos (proteína animal), produtos de higiene e limpeza, colágeno, embalagens metálicas, envoltórios, biodiesel, vegetais, transportes, gestão de resíduos e reciclagem. Suas principais marcas são FRIBOI, SWIFT, SWIFT BLACK, CABAÑA LAS LILAS, PLATE, entre outras. As marcas no Brasil que se destacam são SEARA, REZENDE, DORIANA, MASSA LEVE, FRANGOSUL, EXCELSIOR, LEBON, MACEDO, AGROVÊNTO, FRANGO SANTA RITA e nos outros países que atua GREAT SOUTHERN, PILGRIM'S, GOLD KIST FARMS, PIERCE CHICKEN. Essa empresa desde de 2012 publica o Balanço Socioambiental seguindo as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Entre outras metodologias utilizada, é realizado entrevista com seus stakeholders de cada categoria de relacionamento discriminada em seu relatório como fornecedores, clientes do mercado interno e mercado externo, governo e sociedade civil.

Antecipadamente agradecemos a colaboração e nos disponibilizamos para esclarecimentos pelo email: iluskalobo@gmail.com ou telefone +55 (69) 9324.4995 ou na Universidade Federal de Rondônia, Campus José Ribeiro Filho, situado na BR-364, Km 9, sentido Acre, no Núcleo de Ciências Sociais Aplicada.

*Obrigatório

1. Você aceita participar voluntariamente da pesquisa? *

Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios. O(s) pesquisador(es) irá(ão) tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Você não será identificado(a) em nenhuma etapa. E na publicação suas informações comporão a amostra analisada e o resultado deste estudo. A participação no estudo não acarretará custos para você e não será disponível nenhuma compensação financeira adicional.

- ☐ Declaro que concordo em participar voluntariamente desse estudo.
- ☐ Agradeço o convite, mas NÃO aceito participar.

VISÃO GERAL DO RESPONDENTE

Trace o seu perfil

2. Qual a sua faixa etária? *

- ☐ entre 18 e 38 anos
- ☐ entre 39 e 49 anos
- ☐ entre 50 e 70 anos
- ☐ acima de 70

3. Onde você reside? *

Devido a área de abrangência que a empresa tem é preciso identificar onde está localizado este Stakeholders.

- ☐ Brasil (Rondônia)
- ☐ Brasil (outro estado da Federação)
- ☐ Fora do Brasil

4. Qual o seu gênero? *

- ☐ masculino
- ☐ feminino

TIPO DE STAKEHOLDERS

Stakeholders são grupos sociais que estabelecem relações contratuais ou não com a organização. Abaixo segue a categorização tratada por Azevedo Pedrozo e Malafaia (2012). Considerando que você é uma parte relacionada com a empresa JBS S.A, trace o seu perfil de STAKEHOLDERS.

5. Como você classificaria a sua relação com a empresa JBS S.A.?

A empresa JBS S.A é uma empresa brasileira com 61 anos de tradição. Atua em diversos segmento dos quais destacamos no segmentos de alimentos a marca MASSA LEVE, na proteína animal as marcas FRIBOI, SEARA, FRANGOSUL, FRANGO SANTA RITA, nos vegetais a marca DORIANA, mas atua também nos segmentos de produtos de higiene e limpeza, colágeno, embalagens metálicas, envoltórios, biodiesel, vegetais, transportes, gestão de resíduos e reciclagem. Além das marcas destacadas, a empresa também relaciona como suas principais marcas SWIFT, SWIFIT BLACK, CABAÑA LAS LILAS, PLATE. No Brasil se destacam também REZENDE, EXCELSIOR, LEBON, MACEDO, AGROVÊNETO, e nos outros países que atua GREAT SOUTHERN, PILGRIM'S, GOLD KIST FARMS, PIERCE CHICKEN. (JBS S.A, relatório 2014, p. 10 a 13)

- ☐ Acionistas
- ☐ Gestores
- ☐ Funcionários
- ☐ Clientes/Consumidor
- ☐ Cliente/Varejista
- ☐ Fornecedores
- ☐ Entidade Governamental
- ☐ Sindicatos
- ☐ Associação de Classe
- ☐ Comunidade Local
- ☐ Instituição Financeira
- ☐ Outros

6. Considerando sua relação com a Empresa JBS S/A como você classifica o grau de influencia que VOCÊ EXERCE sobre essa empresa? *

Clarkson considera Stakeholders indivíduos e/ou grupos que se relacionam com atividades passadas, presentes ou futuras de uma firma ou seja por interesse na corporação e/ou situação, como também reivindicam propriedade e direito (apud Azevedo, Pedrozo e Malafaia, 2012)

nao	○ ○ ○ ○ ○	In
influencio		fluencio

7. Considerando ainda sua relação com a Empresa JBS S/A, como você classifica o grau de influencia A EMPRESA EXERCE sobre o seu dia a dia? *

Suas principais marcas são FRIBOI, SWIFT, SWIFIT BLACK, CABAÑA LAS LILAS, PLATE. As marcas no Brasil que se destacam são SEARA, REZENDE, DORIANA, MASSA LEVE, FRANGOSUL, EXCELSIOR, LEBON, MACEDO, AGROVÊNETO, FRANGO SANTA RITA e nos outros países que atua GREAT SOUTHERN, PILGRIM'S, GOLD KIST FARMS, PIERCE CHICKEN. (JBS S.A, relatório 2014, p. 10 a 13)

Não	sou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sou
influenciado							influenciado

8. Alguma vez você tomou conhecimento do Balanço Socioambiental da empresa JBS S/A? *

O Balanço Socioambiental apresenta os principais acontecimentos e realização econômica, social e ambiental da empresa. (JBS S.A, relatório 2014, p. 5)

- ☐ Sim
- ☐ Não

PREFERENCIAS INFORMACIONAIS

Independente de você ter tido acesso ao Balanço Socioambiental, este visa divulgar informações que sejam relevantes para os usuários quando este o utilizar. Nesse sentido, gostaríamos de saber sua opinião sobre as informações que são registradas nos Balanços Socioambientais nas dimensões Ambiental, Social e Econômica. Identificando por dimensão qual dado é relevante?

9. Com relação as informações AMBIENTAIS, identifique a informação que você considera relevante. *

Como as empresas cuidam dos recursos naturais.

- ☐ Investimento em melhoria operacional
- ☐ Investimento em recuperação e/ou preservação
- ☐ Investimento em educação ambiental
- ☐ Divulgação dos Processos movidos contra a entidade
- ☐ Divulgação das Multas e indenizações
- ☐ Nenhuma dessas informações

10. Com relação as informações SOCIAIS sobre os FUNCIONÁRIOS, identifique a informação que você considera relevante. *

Sobre as relações trabalhistas que essa empresa estabelece o que percebo como mais relevante.

- ☐ Relação salarial, entre o maior e menor salário
- ☐ Relação sociocultural, oportunidade diversificada de ascensão profissional
- ☐ Divulgação dos processos trabalhistas enfrentados
- ☐ Divulgação do Clima Organizacional

- ☐ Nenhuma dessas informações

11. Com relação as informações SOCIAIS sobre o AMBIENTE EXTERNO, identifique a informação que você considera relevante. *

As empresas apoiam as comunidades do entorno onde estão instaladas, o que considero MAIS importante e que deve ter o apoio dessa entidade.

- ☐ Investimentos em Educação
- ☐ Investimentos em Cultura
- ☐ Investimentos em Saúde
- ☐ Investimentos em Esporte e lazer
- ☐ Investimentos em Alimentação
- ☐ Nenhuma dessas informações

12. Com relação as informações SOCIAIS sobre os CLIENTES, identifique a informação que você considera relevante. *

Na atualidade as empresas mantém um espaço de ouvidoria ou serviço de atendimento ao cliente visando estreitar a relação cliente com a empresa. Sobre essa relação qual a informação você considera relevante.

- ☐ Divulgação das Reclamações Recebidas
- ☐ Divulgação das Multas e Indenização
- ☐ Divulgação das Reclamações Atendidas
- ☐ Nenhuma dessas informações

13. Com relação as informações ECONÔMICAS, identifique a informação que você considera mais relevante. *

As empresas contribuem para formação da riqueza nacional, qual a informação econômica você considera mais relevante

- ☐ Divulgação das Lucro ou Prejuízo
- ☐ Divulgação das Riqueza gerada pela entidade
- ☐ Divulgação das Destinação realizada da Riqueza gerada (Pessoal, Impostos, Capital de Terceiro e Capital Próprio)
- ☐ Nenhuma dessas informações

BALANÇO SOCIOAMBIENTAL COMO INSTRUMENTO DE DIVULGAÇÃO

O Balanço Socioambiental é um instrumento de divulgação voluntário com bases contábeis e não contábeis que divulga as ações praticadas pela organização. Tinoco (2010) esclarece que esse instrumento evidencia de forma transparente informações de desempenho das entidades de cunho contábil, econômico, ambiental e social na busca do desenvolvimento sustentável.

Considerando as afirmativas abaixo, qual a sua percepção da DIVULGAÇÃO do Balanço Socioambiental : *

	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Nem concordo nem discordo	DIScordo parcialmente	DIScordo totalmente
14. A empresa divulga apenas informações favoráveis quanto a gestão Socioambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Com a divulgação, há uma valorização das ações da empresa, com a divulgação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Existem fatores desfavoráveis que afetam a estimativa dos bens e direitos da empresa que TALVEZ NÃO tenha sido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Nem concordo nem discordo	DIScordo parcialmente	DIScordo totalmente
divulgado.					
17. Quando as empresas divulgam o Balanço Socioambiental, há uma satisfação na aquisição do produto da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Existem informações que são divulgadas após pressão do público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. Todas as informações são incondicionalmente divulgadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Com a divulgação, há um aumento no volume de negócio empresariais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Dados recém-produzidos ou incertos são divulgados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Concordo totalmente	Concordo parcialmente	Nem concordo nem discordo	DIScordo parcialmente	DIScordo totalmente
22. O mercado avalia o resultado da gestão com base nessas informações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. Informações subsequentes que não foram divulgadas, afetam a imagem da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. Informações subsequentes que não correspondem com as publicadas afetam a imagem da empresa.					